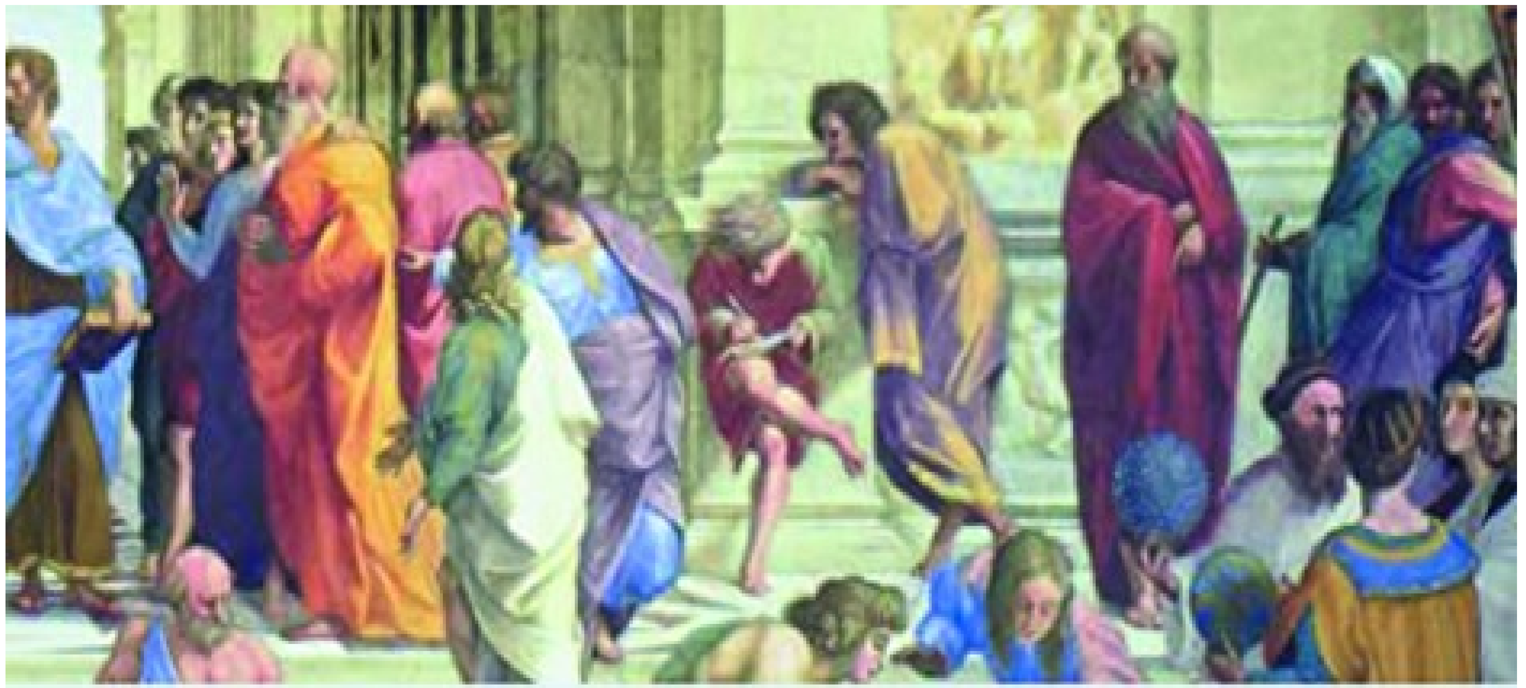


الصوت والصورة

د.محمود فهمي



الصوت والصورة



د.محمود فهمي

الكتاب: الصوت والصورة

الكاتب: د.محمود فهمي

الطبعة: ٢٠٢١



الناشر: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)

٥ ش عبد المنعم سالم – الوحدة العربية – مدكور- الهرم – الجيزة - جمهورية مصر العربية

هاتف : ٣٥٨٢٥٢٩٣ _ ٣٥٨٦٧٥٧٦ _ ٣٥٨٦٧٥٧٥

فاكس : ٣٥٨٧٨٣٧٣

http://www. bookapa.com **E-mail: info@bookapa.com**

دار الكتب المصرية

فهرسة أثناء النشر

فهمي ،محمود

الصوت والصورة/ د.محمود فهمي ,

– الجيزة – وكالة الصحافة العربية.

١٨٦ ص، ١٨*٢١ سم.

الترقيم الدولى: ٠ – ٢١١ – ٩٩١ – ٩٧٧– ٩٧٨

أ – العنوان رقم الإيداع : ٩٠٤٥ / ٢٠٢١

الصوت والصورة

وكالة الصحافة العربية
«ناشرون»

بعض الصور المنشورة في هذا الكتاب من:

The Television Annual For 1961.
Photo biography, **E,B**, **Review**, **Television Advertising**.
Italia Magazine.

مقدمة

لقد لعب الصوت والصورة دورا هاما في حياة الإنسان وما زال هذا الدور يزداد أهمية يوماً بعد يوم، والإنسان بطبيعته تواق إلى المعرفة، ويسعى وراءها، ويستخدم في ذلك الوسائل المختلفة التي تسلمه إلى هذه الغاية، ومن أهم هذه الوسائل الحسية، وخاصة العين والأذن، والعقل هو الذي يدرك قيم الأشياء بعد أن تقوم الوسائل الحسية بعملها.

ولعل هذا الرأي يخالف بعض الشيء، ما ذهب إليه سقراط كما صور ذلك في كتاب محاورات أفلاطون، حيث تناقش وسائل المعرفة، فيقول إن أحسن ما يكون الفكر حينما ينحصر في حدود نفسه، دون أن يحدد الطريق إلى المعرفة بالوسائل الحسية، وإن من يظفر بالمعرفة أسمى ما تكون نقاء هو الذي يتناولها بالعقل وحده، وإن أشعة العقل وحدها، هي التي تنفذ بكل صفاتها إلى الحقائق.

على أن هذا الرأي يخالفه الفلاسفة المحدثون، ولعل ما ذهب إليه الرأي في محاورات أفلاطون يعزي إلى النظرية التي كانت موجودة في ذلك المحسوسات الوقت، حول صلة الروح بالجسد، والعقل بالحواس، وما قيل عن وقابليتها للتغير. هذه الآراء ما زال يناقضها بعض الفلاسفة المحدثين، فليست الحواس إلا وسيلة من وسائل المعرفة، والاستدلال عليها، فما دام العقل قادراً على التمييز، واكتساب المعارف، وما دامت المعرفة وسيلتها الحس، وإدراكها يكون بالعقل، فإن الانسجام بين الحواس والفكر الصحيح، هو السبيل إلى المعرفة، ما دامت الحقيقة واحدة في حد ذاتها. وإن وسيلة تذكر الأشياء، التي هي سبيل المعرفة

أحياناً، تعتمد على ما قد رآه الرائي، وسمعه المستمع، أو سلك في إدراكه أية سبل أخرى، فيتوصل الإنسان أحياناً إلى المعرفة عن طريق التذكر. ولعل فكرة التذكر هذه التي يعتبرهابعض الفلاسفة كسبيل من سبل المعرفة تعتمد على أن الإنسان إذا أدرك شيئاً بواسطة البصراء السمع أو أية حاسة أخرى، فهو لا يصادف صعوبة في أن ينشأ لديه تصور آخر، يشابهه أو يباينه، وكان في زوايا النسيان، وكان قد ارتبط بذلك الشيء، وهذه المعرفة كانت لدى الإنسان واكتسبها أثناء حياته، وهذا التذكر مكانه العقل.

وطالما لعبت الصورة إلى جانب الكلمة المطبوعة دورا هائلاً في الصحافة فزادت من قوة الصحف وانتشارها وطالما تجلى فن الكلام في الإلقاء على المسرح فأخذت الصورة مكانها إلى جانب الصوت وأحدث اختراع الراديو والأفلام السينمائية صدى هائلاً.

ونظراً لأن مجال الصورة في الحياة أوسع من أن يعيه الحصر فقد رأينا أن نورد مجالات استخدام الصوت والصورة على سبيل المثال لا الحصر مع تركيز البحث في هذا الكتاب على وضع الإذاعة الصوتية والتليفزيون أكثر من موضوع الصحف والمسارح والأفلام السينمائية، وخاصة أن التليفزيون يعتبر فناً جديداً، كما أن الحديث عنه يتناول في ذات الوقت كثيراً من مجالات استخدام الصوت والصورة في كثير من مناسبات الحياة البشرية. ولقد اعتمدنا في كتابة هذا الكتاب على خبرتنا الطويلة في العمل بهيئة الإذاعة إلى جانب المراجع باللغات المختلفة.

لقد أصبح العصر الذي نعيش فيه يتميز بالراديو والتليفزيون والردار فمنذ سنة ١٨٧٣ والأضواء مسلطة على الكهربية والمغناطيسية وأثرهما في حياة الإنسان ولقد فتن العلماء بهذه الأبحاث في هذين الميدانيين وكان ؟؟؟ أثاره العالم

الكبير مكسويل تحت عنوان دراسات في الكهرباء والمغناطيسية أثر كبير فيمن أتى بعده من العلماء الذين تابعوا البحث وواصلوا العمل للشكف عن أسرار هذين العلمين. أصبح كل عصر يتميز بنوع من الاختراعات وظهر ماركوني وأصبح اسمه على ألسنة الناس سواء كانوا من العلماء أم من غير العلماء وذلك بما أوجد من نظريات في اللاسلكي وطارت شهرته في الآفاق عندما أرسل في سنة ١٨٩٦ أول إشارة لاسلكية مستخدماً جهاز مورس ومنح على أثر ذلك براءة الاختراع.

ولما ظهرت الصورة إلى جانب الصوت ضاعفت من تأثيره بينما لعب الصوت دوراً كبيراً في حياة الناس فبل أن تظهر الصورة إلى جانبه وكان الصوت والصورة معاً في التليفزيون والمسرح والأفلام السينمائية... الخ. وقد أحدث ذلك تأثيراً مضاعفاً في نفوس النظارة من نواح عديدة زليس فقط في أمزجة النظارة وثقافاتهم ولكن في عاداتهم أيضاً من ذلك أن جهاز التليفزيون قد غير من عاداتبعض أفراد الأسرة هؤلاء الذين كانوا لا يستطيعون البقاء في المنزل فجمع التليفزيون شمل الأسرة في مجال واحد يتشاركون الشعور في تمضية أوقات فراغهم في تسلية بريئة مفيدة يشاهدون خلالها البرامج الحية التي تعتمد على الصوت والصورة والحركة هذا إلى الجانب الاقتصادي الذي لا يخفي وهو التوفير في دخل الأسرة.

وقد لاقت دور العرض صعوبات كثيرة في باديء الأمر لبعد محطة الإرسال عن دور العرض ولكن إزاء هذه الصعوبة أخذ العلماء يعملون على تذليلها فإنشاء شبكات ومحطات للتقوية بعد أن يوضع في المكان المزمع إقامة محطة فيه جهاز مرسل صغير ترسل منه إشارات مستمرة للأصوات والمناظر على الموجة ذات التردد المطلوب.

الفنون جميعا تشترك في التعبير عن الجمال ولكنها تختلف في وسيلة كل في التعبير فبينما بعض الفنون تعبيراً مباشراً يلجأ البعض الآخر إلى التعبير بطرقة غير مباشرة أي يعتمد على وسيط وتقريب ذلك إلى الأذهان نقول أن الشاعر مثلا حينما يقدم قطعة شعرية رائعة أمام الميكرفون فإنه يعبر عن أفكاره تعبيراً وجدانياً. ويعتمد في ذلك على وسيط هو الكلام وكذلك الرسام من خلال الفن التشكيلي يستطيع أن يعتمد في تعبيره غير المباشر على الألوان ويتخذ منها وسيلته المثالية في التعبير. أما عازف الموسيقى فإنه يعبر عن أحساساته تعبيراً مباشراً، وقد يكون من البراعة بحث تؤثر موسيقاه في مشاعر المستمعين تأثيراً عميقاً ويستحوذ بذلك على المشاعر. وهكذا نرى أن التجديد في الفن ينطبق على الموسيقى أكثر مما ينطبق على غيرها من الفنون.

ولقد أصبح المجتمع العالمي في الأجيال المتعاقبة يؤمن بالحقائق العلميةالثابتة وبنى نظرياته العلمية على هذا الأساس العلمي ولم تكن هناك محاولات جدية لتغيير هذه الحقائق الأساسية وإنما كانت الجهود تنحصر في محاولة البناء على أن يكون بناء شامخاً على أساس ثابت غير متغير.

وكان المجتمع العالمي قبل قيام الحربين العالميتين غير مندفع في باديء الأمر وراء التغييرات المختلفة ولم يكن هذا الاتجاه واضحاً في ميدان واحد من الميادين العلمية فحسب وإنما كان يلاحظ أيضاً بالنسبة للفن والأدب وليس معنى هذا أن العلماء كانوا يقفون في تفكيرهم عند حد معين أو أن ذلك الاتجاه قد أثر في عزيمة العالم والباحث مما جعل بعضا من العلماء يقفون عن البحث وإنما على العكس من ذلك فقد واصل العلماء أبحاثهم وتجاربهم وأصبحوا يجدون التشجيع شيئاً فشيئاً حتى تمكنوا من اكتشاف كثير من الاختراعات والحقائق العلمية التي آثرت في حياة الناس جميعاً فقد اهتم العلماء بعد قيام الحربين العالميتين

بالأبحاث المختلفة وخاصة أبحاث الصوت والصورة ووصلوا بذلك إلى كثير من الاكتشافات التي يجني الناس ثمارها الآن وتطور هذا التغير الفكري مع الزمن وكان من مجاله أيضاً فنون الكلمة المنطوقة والتصوير بفنونه الجديدة المختلفة.

الأصوات والنغمات الموسيقية والصور وما إليها أصبحت لا تعبر عن الأجواء المحيطة بالفنان فحسب بل تتعدى أحياناً ذلك الشيء المحدود، والجو الذي يعيش فيه الفنان، إلى اللا محدود. وهي في ذلك تختلف عن الفنون الأخرى التي تتأثر بالأجواء المحيطة وليس معنى هذا أن الأصوات والمقطوعات الموسيقية والتصوير لا تتأثر بالجو المحيط وإنما نقول أن المجال اللامحدود يحيط بالصوت الموسيقي أكثر مما يحيط بغيره من الفنون، وإن كان بعض الفنانيم لا يزالون يقدمون المقطوعات الموسيقية المحددة متأثرة بالجو المحيط بها وإنما نقول تتأثر باللا محدود بمعنى أنها قد تختلف في فهم المستمع وإحساسه عن مفهومها في ذهن العازف وأحساسه.

وطالما أطربت الموسيقى الكثيرين من المستمعين في عصور مختلفة دون أن يتحدد لها هدف في بعض هذه العصور ولم تكن المعزوفات الموسيقية التي من هذا النوع الذي لا هدف له ينقصها النجاح بل كثيراً ما لاقت الإعجاب والتقدير وإن دل هذا على شيء فإنما يدل على أن الموسيقى قد استحوذ على مشاعر المستمعين دون أن يتحدد لها هدف معين.

والهدف الذي يرمي إليه الفنان من محاكاة الطبيعة أو تصويرها أو وصف ما هي عليه من جمال تطور أيضاً مع الزمن فقد تغيرت بعض هذه الأهداف ففي بعض الأحيان كانت غاية الفنان واضحة في محاكاة الطبيعة ووصفها وتصويرها بينما في أحيان أخرى أتخذت اتجاهات الفنانين أهدافاً مختلفة قد يصعب على غير الفنان أن يصل إلى أغوارها وأصبح بعض الفنانين يشذون

على قاعدة محاكاة الطبيعة ووصفها وتصويرها وأصبح الفن عند هؤلاء منطلقاً وأصبحت الحدود غير واضحة وانطلقت الأفكار وسادت هذه النظرة الانطلاقية في بعض عصور الفن خاصة في القرن الثامن عشر.

ونظراً لما للفن من تأثير في النفوس فقد أحس الفلاسفة منذ القدم بعذوبة الفن ووجد بعضهم أن نظرياتهم الفلسفية جادة واعتقدوا أن الفن قد يزيد من الإقبال على فسلفتهم ووجد هؤلاء الفلاسفة الطبيعيون أن يلقنوا آراءهم الفلسفية للناس في صورة فنية. وقد اتضح ذلك أيضاً في العصر الحاضر إذ نجد بعض الفلاسفة لا يلقنون آراءهم الفلسفية في صورة جادة وأنما يلجأون إلى الفن للتأثير في الناس وقد زادت لهم الحياة العصرية من الوسائل المختلفة للتأثير فنجد إلى جوار المسرح المشاهد الرؤية والأفلام السينمائية والإذاعة الصوتية والتليفزيون، ومن خلال المسرحيات والقطع التمثيلية الذاعة وبرامج التلفزيون، حاول الفلاسفة أن ينفذوا بنظرياتهم إلى أّهان المستمعين والنظارة ليثبوا نظرياتهم.

على أنه يوجد اختلاف بين هدف الفيلسوف وهدف الفنان ففي كثير من الأحيان لا يهم الفيلسوف أن يؤثر في الناس بأفكاره وآرائه ونظرياته يقدر ما يهمه الوصول إلى الجوهر والحقيقة وعلة العلل والفيلسوف لا يهمه الجمال والقبح بقدر ما يهمه الوصول إلى كل ما هو حق وكل ما هو صادق لا يتطرق إليه الشك وعلى ذلك يمكننا أن نقول أن الحياة الفكرية الخالصة لا يمكن أن تنفصل عن الحواس وأهمها العين والأذن.

وانا نرجو أن يجد المهتمون بموضوع هذا البحث بعض الفائدة في هذا الكتاب ونسأل الله التوفيق.

المؤلف

الباب الأول

ظهور قيمة الصوت والصورة في الحياة العامة قديما

خطب الأجورا

كان رصد الحوادث في باديء الأمر على الأحجار والبردي والنحاس والخشب وكثيراً ما كان هذا الرصد في مداخل المساجد والمقابر وغيرها وكان لا يكتفي بذلك فكانت هناك طرق أخرى منها الإعلان في المجتمعات والأسواق والمناداة في الطرقات والصاق الأخبار أحياناً على الحوائط كما الصقت أوامر الحكام خاصة عند مداخل الطرق. واشتملت بعض الخطب المنبرية على الأخبار.

ويعتبر بعض المؤرخين خطب الأجورا في المدن اليونانية القديمة من أهم المواد الكلامية التي تعتبر أساسا لاستخدام الكلمة المنطوقة في الحياة العامة في الأزمنة القديمة وقد تميزت هذه الخطب بطابع العصر الذي قيلت فيه وتأثرت بالبيئة اليونانية القديمة، وعلى الرغم من البراعة في استخدام الكلمة المنطوقة هذه الخطب لم تكن تتميز بفنون الكلام التي عرفت فيما بعد إلا أنه كان لها قوة نسبية في التأثير حتى أن بعض المؤرخين ذكروا أن هذا التأثير يعتبر أساساً من أسس الدعاية. وكلمة الدعاية هنا لم يكن لها المفهوم الحالي وإنما لها المعنى الديني فقط في الكنيسة ولم يتطور هذا الفن إلا في القرن التاسع عشر فيما بعد وكان أول من استخدم كلمة الدعاية فيما بعد بغير المعنى الديني هو **Tocqueville**.

ايديولوجية القرنين الثامن عشر والتاسع عشر:

اهتمت ايديولوجية القرن الثامن عشر والتاسع عشر بالكلمة المطبوعة ولكن لم تنتشر الكتيبات التي تحمل الكلمات المطبوعة بين الناس لأرتفاع أثمانها وإن كان يبدو للبعض أثمانها غير مرتفعة إلا أنها كانت ملاتفعة فعلا بالنسبة للمستوى العام للمعيشة في ذلك الوقت.

ولم يجد الناشرون لهذه الكتيبات التشجيع الكافي لا من القراء ولا القائمين على الطباعة ولعل السبب في ذلك أن وسائل الطباعة لم تكن تتقدم تقدماً سريعاً وإنما كان البطء يلازم الطباعة مما لم يجد صدى طيباً بين القراء الذين يعتبرون قلة ضئيلة من الناس.

ولم تكن النشرات أوفى حظاً من الكتيبات وذلك رغم أنها كانت تحوي الأحداث اليومية وتروي الوقائع للناس فظلت محدودة التوزيع شأنها شأن غيرها من المطبوعات.

ولهذا لم يكن المجال أمام الكلمة المطبوعة واسعاً وإنما كان محدوداً بالظروف التي كانت تتحكم في العمل في المطبعة من جهة والقراء من الجهة الأخرى إلى جانب قلة التوزيع، وكانت هذه فرصة مواتية بالنسبة للكلمة المسوعة فقد اعتمد الكثيرون على الكلمة المسموعة أكثر من اعتمادهم على الكلمة المطبوعة ولذلك كان للكلمة المسوعة في ذلك الوقت مستمعون أكثر من قراء الكتيبات والنشرات والصحف وكان لها تأثير أقوى وأوسع انتشاراً بين الناس.

ولما وجد المشرفون على الطباعة عدم الأقبال على نشراتهم وكتبهم ورأوا أن الاعتماد على الإشتراكات في الصحف لا يكفي رأي بعضهم الانصراف إلى أعمال أخرى. وكان المجتمع في ذلك الوقت ينظر إلى المشتركين في الصحف

على أنهم صفوة الناس وكان ينظر إليهم نظرة احترام إذ كان دفع الإشتراكات يوحي للناس بالثراء والجاه.

وحتى أوائل القرن التاسع عشر ظل الحال على ذلك حتى أن جريدة التيمس التي كانت تعتبر من أوسع الصحف انتشاراً وصل توزيعها إلى ١٧٠٠٠ نسخة وكانت هذه النسخ بطبيعة الحال للمشتركين في الجريدة وكان الناس ينظرون إلى العدد على أنه رقم قياسي هائل وخاصة إذا قورن بالتوزيع في الصحف الأخرى في ذلك الوقت.

والمطلع على أعداد صحيفة التيمس في ذلك الوقت يجد فيها اهتماماً كبيراً بالمشتركين ولم لا وهي تعتمد اعتماداً كلياً عليهم في النواحي التي تكفل لها الحياة وكانت تهتم بالموضوعات الجادة الخالية من المواد الخفيفة وكان عنصر الجدة المتوفر فيها يستدل عليها ستاراً من الملل.

وهكذا ظلت الكلمة المسوعة تتولى الزعامة في التأثير في الناس وكان الخطباء الذي يلقون الخطب في الناس مطمئنين كل الاطمئنان على أن تجارتهم لن تبور ولن تستطيع الكلمة المطبوعة أن تواجهها أو تنتزع منها التأثير في الناس.

على أن ذلك الحال لم يكتب له الدوام فقد ظهرت عوامل عدة لعبت دوراً هاماً في اختلال ميزان القوى بين الكلمة المسموعة والكلمة المطبوعة وكان أهم هذه العوامل كالآتي:

أولاً– تدرجت وسائل الطباعة شيئاً فشيئاً فظهرت مطابع جديدة وكانت كل صحيفة تحاول أن تنافس الأخرى بالحصول على أحدث آلات للطباعة وكان من نتيجة هذه المنافسة أن ظهر الاختراع الهائل في الطباعة حينما أوجدت

فيما بعد آلة الطباعة المعروفة باسم الروتاتيف فقد وفرت هذه الآلة في الوقت والمجهود وتمكنت من طبع عدة ألوف من النسخ في الساعة الواحدة.

ثانياً- كان من نتيجة مضاعفة الإصدار وزيادة النسخ أن أخذ المشرفون على الطباعة والنشر في اجتذاب قراء جدد وذلك بتخفيض أثمان النسخ.

ثالثاً- حينما أخذ عدد القراء في الازدياد وأصبح بعض منهم في أماكن نائية بعيدة عن أماكن إصدار الصحف فكر المشرفون على الصحف في الحالية نقل النسخ بطريق السسك الحديدية والسيارات وأصبحت الطائرات الوسيلة الحالية.

رابعاً- لما ظهرت أهمية الأنباء بالنسبة للقراء اهتم المشرفون على الصحف بالحصول عليها وطبعها فوراً وكان عامل السرعة حينئذ عامل هام فاستخدام الصحفيون البرق فيما بعد في إرسال الأنباء إلى إدارات الصحف.

خامساً- محاولة استخدام الصحف فكرة الإعلان ومحاولة تطوير وسائله.

وقد كان من نتيجة ذلك كله أن ظهر وعي جديد بين الناس قائم على الاهتمام بالصحف وبما تنشره من أنباء وساير هذا الوعي النهضة الجديدة في الصحافة وما أن ظهر هذا الوعي الجديد بالنسبة إلى الصحافة حتى أخذت قوة الكلمة المسموعة تضمحل شيئاً فشيئاً وتسلمت الكلمة المطبوعة الزعامة وأصبح الناس يهتمون بالصحف وما تنشره أكثر من اهتمامهم بالخطباء وما يقولونه، ولم لا؟ والصحيفة تنتقل إليهم، والخطيب ينتقلون إليه والصحيفة يقرؤونها متى يشاؤون والخطيب يلزمهم بالاستماع إليه حينما يشاء الكلام.

وظل الأمر كذلك وقويت شوكة الصحافة وظهرت صحف جديدة وأفكار صحفية جديدة وأصبح الرأي العام مرتبطاً بالصحافة أكثر مما هو مرتبط بغيرها

من وسائل الاتصال بالجماهير إلى حين ظهور قوة جديدة أخلت بميزان القوى من جديد بين الكلمة المطبوعة والكلمة المسموعة. هذه القوة هي الكلمة المذاعة.

لقد ظلت الكلمة المسوعة محدود المجال ولم تقوى على مواجهة الصحف إلى أن تم ااختراع الإذاعة فأصبحت وسيلة من أهم وسائل الاتصال بالجماهير تنقل إليهم الكلمة المسموعة إينما كانوا وفي جميع أرجاء العالم.

وشغل الناس بالاختراع الجديد وباستخدام اللاسلكي في الحياة العامة وظهر كثير من الهواة أخذوا يستخدمون المصطلحات للاتصال فيما بينهم حتى يمكن أن يفهمها الهواة في جمييع أنحاء العالم ولا تزال هذه المصطلحات موجودة حتى الآن يفهمها الهواة فيما بينهم ومنها على سبيل المثال **QTR** ومعناها ما هو الوقت عندك؟ **QTH** بمعنى من أين تتحدث؟– وغير ذلك من المصطلحات التي ساعدت على اتصال الناس فيما بينهم.

وكانت هواية اللاسلكي في بعض الأحيان مفيدة للصالح العام حتى أن أحد هواة اللاسلكي ويدعى دون هوبري التقط رسالة استغاثة من إحدى السفن النرويجية بطريق المصادفة وكانت السفينة في المحيط المتجكد فأخذ يرسل بدوره هذه الاستغاثة إلى هواة آخرين وآخرين حتى تمكنت سفينة إنقاذ من التقاطها فتوجهت إلى السفينة المنكوبة وأنقذت جميع ركابها ونال بسبب ذلك مدالية من مداليات البطولة.

ولقد مرت الصورة باطوار عدة قبل أن تأخذ شكلها المعروف فكانت في بداية الأمر ترسم رسماً يدوياً يعتمد على آلات بدائية وكان بعضها ملونا والبعض الآخر غير ملون وكانت تنسخ بطرق مختلفة ولكنها كانت ذات تكاليف باهظة مما حد من انتشارها بين الناس وأخذ المتهتمون بالصور في ابتداع وسائل أخرى لطبع الصور بشكل يحد من هذه التكاليف الباهظة وقد أفلحوا تدريجياً حتى وصل فن

التصوير إلى ما أصبح عليه الآن ولا مجال للتحدث هنا عن التصوير وفنونه وتطور وسأله وإنما نقول أن فن التصوير سار جنباً إلى جنب مع تطور الكلمة المطبوعة.

ويهمنا أن نقول على الرغم من أن الخطباء منذ القدم وهم يحاولون استغلال التلوين الصوتي في التأثير حتى يكون للكلمة المسموعة أثر في الناس وقد اشتهر من بينهم ديموستيس وشيشرون. إلا أن محاولة التأثير لم يكن لها أثر فعال في مواجهة الصحف بعد انتشارها إلا بعد أن ظهرت إلى الوجود الإذاعة بفنونها الكلامية المختلفة وحاوت أن تنزع الزعامة من الكلمة المطبوعة.

واتخذت الإذاعة لنفسها فنا يعتمد على التأهيل والإعداد المهني والفني للمشتغلين بها حتى تنافس الصحافة التي سبقتها في الاعتماد على الفنيين في كل عمل من الأعمال الصحفية، واشتدت المنافسة حينما ظهرت ألوان مختلفة من الصحف مثل صحف الأخبار وصحف الرأي وصحف الأعلان، كما أصبحت هناك صحف كبرى مركزية في العواصم الكبرى وقد اهتم هذا النوع من الصحف بالخبر والمقال في السياسة الداخلية والخارجية كما انتشرت الصحف الإقليمية وأصبحت تنافس الصحف المركزية في العواصم الكبرى في ناحية الفن الصحفي.

ولم تكتف الصحف في منافستها للإذاعة بهذا الحد بل تعدته إلى أكثر من ذلك حينما قررت بعض الصحف إصدار عدة طبعات يومية تحمل آخر الأخبار والمقالات والتعليقات والصور وغير ذلك من المواد التي تهم القراء.

ومع ذلك فلم تستطع الكلمة المطبوعة في الصحف أن تنافس الكلمة المسموعة في الإذاعات لإعتبارات عدة سوف نفصلها في موضع آخر من هذا الكتاب.

على أن وسائل الاتصال بالجماهير لم تعتمد فقط على الكلمة المطبوعة في الصحف أو الكلمة المسموعة في الإذاعات أو الصوت والصورة في التليفزيون وإنما ظهرت وسائل أخرى عديدة إلى جانب ذلك وكان من أهمها الأفلام والأسطوانات والصور والكتيبات وغيرها.

أما الإعلام كوظيفة هامة من وظائف الصحافة لم توضع له الفنون الخاصة به إلا بعد أن توطدت أركان الصحافة وأحتلت مكانتها الرفيعة في المجتمع على أنه كثيراً ما يخطيء البعض فيربطون بين الصحافة ونشأتها والطباعة ونشأتها قائلين أليست الصحف تعتمد على المطبعة في إصدارها؟!

وفي الواقع أن العمل الصحفي كان مرتبطاً منذ القدم بمطالب المجتمع الإنساني وكان المجتمع منذ القدم يتشوق إلى معرفة أخبار المجتمعات الأخرى بل وأكثر من ذلك معرفة أخبار المجتمع نفسه الذي يعيش فيه فنشأت الصحافة في ظل المجتمع البشريي وترعرت قبل أن تولد المطبعة.

ويقول المؤرخون أن المجتمعات البدائية كانت تتفاعل أخبارها بطرق بدائية وكانت معظم هذه الأخبار تتناول أخبار الحروب وأخبار الصلح بين المتحاربين والزواج والدين، وقد لعب الرواة دوراً كبيراً في نقل هذه الأخبار مما حدا ببعض المؤرخين إلى تسميتهم بالصحفين القدامى لأن طبيعة عملعم في ذلك الوقت كانت إلى حد ما تشبه طريقة الصحفيين في الوقت الحاضر في نقل الأخبار وإن اختلفت الوسائل.

أما كلمة صحافة ذاتها فهي كلمة قديمة وقد ورد في القرأن الكريم «إن هذا لفي الصحف الأولى صحف إبراهيم وموسى».

والذي يهمنا أن نقول أن الصحافة في باديء حياتها كانت تعتمد على

الصوت وكانت صحافة صوتية وكانت أحياناً تعتمد على الصورة المنقوشة في بعض اخبارها وعلى ذلك كان الصوت وكانت الصورة وسيلتان هامتان في نقل أخبار المجتمعات من مكان إلى مكان، ثم تطورت الصحافة من المرحلة الصوتية إلى الكتابة الخطية وكانت هذه الكتابة عبارة عن رسائل تكتب وترسل من مكان إلى مكان وقد أدت هذه الرسائل وظيفة الإعلام، وعلى الرغم من أن المطبعة ظهرت في القرن الخامس عشر للميلاد إلا أن الصحافة لم تنتفع بها إلا في أواخر القرن السادس عشر وظهر ذلك بوضوح وبدأ ينتشر في أوائل القرن السابع عشر.

وعلى ذلك فأهمية الإعلام ترجع إلى العصور القديمة حينما كان الناس، خاصة في الأمم التي مارست التجارة بشكل واسع، يهتمون بالأخبار فكان التجار والملاحون يعنون بمعرفة أخبار التجارة والملاحة والاستكشاف. وقد اشتهرت مدينة البندقية بأنها كانت مركزاً إعلامياً هاماً فمكان التجار والملاحزن يجتمعون بعد عودتهم من رحلاتهم الطويلة يقصون القصص ويسردون الأخبار ويتلقون الأخبار لتوصيلها وهكذا.

ولقد ظلت الكلمة المسموعة تؤدي دورها في الإعلام ثم نافستها الكلمة المكتوبة ثم الكلمة المطبوعة ثم عادت القوة إلى الكلمة المسموعة حينما اخترع اللاسلكي وظل النصر سجالاً كما أوضحنا.

قصة الإذاعة في العالم

في سنة ١٨٩٤ حاول ماركوني إرسال أول إشارة على الأثير بلا أسلاك ولم يكن يتصور إنسان حينئذ أنه في الإمكان تحقيق ذلك حتى أن وزارة البريد والبرق الإيطالية حين عرض عليها ماركوني فكرته لم تعيرها أي اهتمام، فقرر ماركوني السفر إلى انجلترا لعرض فكرته وفي عام ١٨٩٧ تألفت شركة بريطانية لإرسال إشارات تلغرافية بلا أسلاك وقد غنم ماركوني من وراء ذلك مغنما مادياً

كبيراً، كما أن اسمه بدأ يلمع في كثير من المناسبات منها أن إحدى السفن أشرفت على الفرق وكان بها جهاز لاسلكي استخدنته السفينة في إرسال إشارة استغاثة وقد استطاعت بعض التي كانت تحمل مصادفة أجهزة لاسلكية أن تلتقط إشارة الاستغاثة وتخف إلى نجدة السفينة.

وفي سنة ١٩٠١ حاول ماركوني إنشاء محطة لاسلكية في أنجلترا وأخرى في نيوفرندلند وذلك لإجراء تجارب لاسلكية لوصل القارة الأوروبية بالقارة الأمريكية وواصل ماركوني تجاربه في السنة التالية وأدخل عدة تحسينات عليها، وقد نجحت تجاربه نجاحاً جعل أهل بلدة أيطاليا يكرمونه، ومنحته الدوائر الرسمية فيها أرفع الألقاب وبدأ انتشار الأجهزة اللاسلكية في البواخر.

ولعل من أهم الحوادث التي كانت سبباً في شهرة ماركوني «حادثة الباخرة الكبيرة التايتنيك» إذ كان لاختراع ماركوني أثر كبير في المساعدة على إنقاذ بعض ركاب الباخرة المنكوبة وقد استقبل الناجون من الباخرة ماركوني أعظم استقبال.

مولد الإذاعة:

شغل أناس كثيرون باختراع ماركوني وظهر عدد كبير من هواة اللاسلكي ظلوا يمارسون تجاربهم على أجهزة بدائية. وقد وفق بعضهم إلى تحسين هذه الأجهزة فظهر التلغراف المعروف باسم مورس **Morse**.

وفي إحدى ليالي نوفمبر سنة ١٩٢٠ أعدت محطة لاسلكية أمريكية أول مفاجأة أمريكية للجمهور إذ قدمت أول حديث إذاعي للدكتور فرانك كونراد. وكانت إذاعة هذا الحديث فاتحة جديدة لإذاعة مواد بصفة منتظمة إذ أن كثيراً من الدول اهتمت بأمر هذا الحديث المذاع وحاولت بعض المحطات اللاسلكية في أنحاء مختلفة من العالم تقليدها فأذاعت هي الأخرى بعض الأحاديث والخطب.

وأخذ بعض المشتغلين باللاسلكي يفكرون: إذا كان من الممكن نقل الأصوات على الأثير فلماذا تقتصر هذه الأصوات على الكلمات؟ ولماذا لا ترسل الأنغام أيضاً؟ ومن هنا بدأت فكرة إرسال البرامج الغنائية والموسيقية. ونظراً لانتشار الحاكي في ذلك الوقت فقد اعتقد البعض أن مصيره الزوال وخاف أرباب صناعة الحاكي هذا المنافس الخطير- الراديبو- وفكر بعض هؤلاء: لماذا لا تتطور صناعة الحاكي حتى تساير هذا الاختراع الجديد؟ وفعلاً بدأ بعض هؤلاء يطورون صناعة الحاكي حتى أخذ مكانه إلى جوار الراديو إلى وقتنا هذا.

على أنه في سنة ١٩٢٧ بدأت الإذاعة تأخذ مظهراً جديداً خاصة في الولايات المتحدة حتى أخذت الصحف تبدي مخاوفها منها واعتقد بعض الصحفيين المغالين في الإذاعة سوف تحكم على صحفهم بالاختفاء بعد أن أحسوا بقوتها. ولما أحسن الكونجرس الأمريكي بقوة الإذاعة أصدر قانوناً ينظمها.

ولم تكن المنافسة قاصرة على الإذاعة والصحف بل كانت المنافسة على أشدها بين محطات الإذاعة نفسها وأصبح البقاء للأصلح منها فإذا لم توفق إحدى المحطات في إنتاج برامج ناجحة ظهرت محطة جديدة لتنازعها مكانها.

وتتميز السنون التي سبقت الحرب العالمية الثانية بأنها كانت فترة تمهيد لتطور سريع خاطف ليس في الزيادة العددية للأجهزة والمستمعين فحسب وإنما في الكم والكيف معاً وكذلك في الحدود الزمنية وأصبحت البرامج موضوع دراسة خاصة إبان الحرب العالمية الثانية بعد أن تطورت الإذاعة وأصبحت وسيلة الدعاية الأولى. وكان جوبلز في ألمانيا من أكبر مبتدعي فنون الدعاية عن طريق الإذاعة في زمن الحرب.

وأن من ينعم النظر في نشأة الإذاعة وتاريخها في العالم ليلاحظ أنها متشابهة كثيراً إذ بدأت في معظم الدول بإذاعات أهلية صغيرة ذات إمكانيات شخصية محدودة ثم تتطورت مع الزمن فاما أن تبقى أهلية أو توحد وتصبح حكومية. وقد بقيت بعض الإذاعات الأهلية في بعض الدول إلى جانب الإذاعة الحكومية، على أن هذا النظام الأخير لا يوجد إلا في دول قليلة في العالم.

وفي مصر مرت الإذاعة بأدوار متشابهة ففي الأعوام التي سبقت عام **١٩٣٢** كانت بمصر محطات صغيرة يملكها أفراد ولم تكن لهذه الإذاعات برامج مدروسة منظمة حتى كان شهر يولية سنة **١٩٣٢** حين تم الأتفاق بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني التلغرافية اللاسلكية على أن تتولى الأخيرة نيابة عن الحكومة الإشراف على الإذاعة على أن افتتاح الأذاعة رسميا كان في **٣١** مايو سنة **١٩٣٤** وفي سنة **١٩٤٧** انهت الحكومة المصرية الاتفاقية المعقودة بينها وبين شركة ماركوني وعوضتها عن ذلك وصدر مرسوم في نفس السنة بإنشاء إدارة خاصة للأذاعة.

هذا موجز قصير عن قصة مولد الإذاعة يجدر بنا في هذا المقام أن تشير إلى فكرة إرسال الصوت والصورة معا «التليفزيون» فكرة قديمة سارت مع التجارب الأولى لصناعة الراديو وأول من فكر في التليفزيون هو العالم الألماني بول نيكوف **Paul Nikow** وذلك في مطلع عام ١٨٨٣.

المستمع الأول:

البيئة هي التي ينبغي أن تكيف البرامج وتوجه على أساسها وأن أي دراسة للبرامج بعيدة عن البيئة تعتبر دراسة قاصرة لا جدوى منها، فالمستمع الأول مثلاً كان يعيش في بيئة غير مفيدة ليس له من الوعي الإذاعي القدر الذي يستطيع من خلاله نقد البرامج الإذاعية نقداً سليماً، وعلى الرغم من ذلك فقد

وجد في المادة التي قدمت له طرافة مستحبة لأنها كانت برامج واقعية وتعطي صورة حقيقية بلا رتوش للبيئة التي يعيش فيها أما في الوقت الحاضر فإن معظم الإذاعات تحاول أن تعطي للمستمع صورة ملونة باللون الذي يريده رجل الإذاعة.

ونظراً لوجود وعي موسيقي عند المستمع الأول– وإن كان يختلف من شخص إلى آخر– فإن البرامج الأولي كانت زاخرة بالألوان الموسيقية إرضاء للمستمع بل أن المستمعين كانوا يطلقون على جهاز الاستقبال اسم «صنجوق الموسيقى» وأن دل هذا على شيء فإنما يدل على اهتمام المستمع بالموسيقى وإحساسه بها وكان المستمعون يجدون أن أهم ما يستمعون إليه من مواد هي المواد الموسيقية وأطلقوا على جهاز الاستقبال هذا الأسم ولم يكن المستمعين فقط الذين اطلقوا اسم صندوق الموسيقى على جهاز الاستقبال بل أن بعض المشتغلين بالإذاعة والمتخصصين فيها أطلقوا على جهاز الاستقبال الأول هذا الاسم أيضاً حتى أن دافيدسر نوف نفسه **David Sarnoff**الذي يعتبر من الإذاعيين الأوائل اهتموا بأن تكون الأذاعة في خدمة الجمهور، و=حين فكر في إنتاج أجهزة الاستقبال بكمية كبيرة أطلق عليها هذا الأسم بما له من إيحاء حتى تلقى رواجاً بين الجمهور، وقد ظهر التفاعل بين البيئة والراديو فكما أن البيئة أثرت في تكييف البرامج وتوجيهها فإن الراديو نفسه قد– أثر خاصة في السنين الثلاثين الأخيرة تأثيراً كبيراً في المجتمع وغير كثيراً من عاداته وتقاليده.

تطور البرامج

البرامج الأولى التي أذيعت. كانت تتألف من الأحاديث وبعض الموسيقى ثم بدأت الأذاعات تدخل ألواناً جديدة من البرامج فأذيعت الأخبار والبرامج المنوعة والأغاني ولكن مواد هذه البرامج كانت تطفي على بعضها فظهر الاتجاه

إلى ضرورة موازنة مواد البرامج المختلفة وبالرغم من إنتاج بعض البرامج الفنية فقد كان ينقصها الصياغة الفنية على أن بعض الأذاعات منذ سنة ١٩٢٩ بدأت تحس بضرورة موازنة مواد البرامج بطريقة تكفل الأكثار من المواد التي تهم جمهور المستمعين. ويعتبر بعض الخبراء أن سنة ١٩٢٩ تحدد الزمن الذي اتجه فيه رجال الأذاعة إلى الاهتمام برغبات جمهور المستمعين اهتماماً جدياً مما أدى إلى انتشار أجهزة بحوث المستمعين في الأذاعات في الوقت الحاضر والاهتمام بما تشير إليه نتائج هذه البحوث.

نشرات الأخبار:

أما عن الأخبار فكان الاهتمام باخبار الأذاعة اهتماماً محلياً في باديء الأمر إذ أن محطات الأذاعة كانت تهتم بأن يستمع المستمع المحلي إلى أخبارها ولما أحس المسئولون بقيمة النشرات الأخبارية وبأقبال المستمع على سماعها أخذ محررو الأخبار في الأذاعات يعنون بإعداد النشرة إعداداً فنياً يهدف إلى أمرين أولهما اجتذاب المستمع قبل موعد نشرة الأخبار مباشرة كان تقدم إليه مادة مستحبة يليها نشرة الأخبار وثانيها إذاعة النشرة بالطريقة التي تلائم السياسة التي تسير عليها الإذاعة، على أن هذا الاهتمام بنشرات الأخبار لم يتضح أبان وجود الأذعات الأهلية بقدر ما ظهر بعد توحيد الأذاعات وظهور الأذاعات الحكومية. ولذا كانت العناية بالنشرات الأخبارية في كل الأذاعات الأهلية واضحة في الوقت الحاضر إلا أن هذه العناية في باديء الأمر لم تكن واضحة إلا فيما يتصل بالنشرات الأخبارية وعلاقتها بالأعلانات التجارية.

ولم تظهر أهمية نشرات الأخبار الموجهة بشكل واضح بالنسبة للمستمع فيما وراء البحار إلا عندما نشأت أزمة ميونخ سنة ١٩٣٨ وتلهف المستمعون في جميع أنحاء العالم إلى معرفة أخبار هذه الأزمة من مصادر في جميع أنحاء العالم

إلى معرفة أخبار هذه الأزمة من مصادر مختلفة نظراً لما توقعه الكثيرون من أنها من مقدمات نشوب الحرب العالمية الثانية.

وعندما نشبت الحرب العالمية الثانية بدأت الاتجاهات السياسية لكل دولة تظهر عن ذي قبل في تقديم نشرات الأخبار وبدأت الأخبار الموجهة إلى المستمعين فيما وراء البحار تشغل أذهان القائمين على كثير من إذاعات العالم بينما ظهرت في الوقت نفسه اتجاهات إنسانية وسط هذه الحرب المدمرة فأصبحت بعض الأذاعات تذيع نداءات جمعية الصليب الأحمر الدولية بصفة منتظمة وبطريقة مؤثرة واهتم محررو الإذاعة بالتعليق وظهر معلقون إذاعيون من الصف الأول وكان بعض هؤلاء المعلقين يكادون يسبقون الحوادث وتحققت بعض تنبؤاتهم السياسية مما زاد من اهتمام المستمعين بالتعليقات إلى جانب الأخبار نفسها.

وكان نشوب الحرب العالمية الثانية العامل الأول في زيادة الاهتمام بالخبر وطغت أنباء القتال على كثير من مواد البرنامج.

ولعل السؤال الذي قد يتبادر إلى الأذهان الآن هو: هل لا يزال المستمع يهتم بنشرات الأخبار اهتمامه بها في زمن الحرب العالمية الثانية؟ أم عاد يهتم من جديد كما كان يفعل المستمع الأول بالمواد الأخرى من البرامج أكثر من اهتمامه بالأخبار؟ الواقع أن عادات المستمعين لها أثر كبير في إقبالهم على المادة فقد تعود المستمع أن يستمع لسنوات طويلة إلى نشرات الأخبار في زمن الحرب وبصفة تكاد تكون منتظمة وليس من السهل أن يتخلى دفعة واحدة عن الاستماع إلى نشرات الأخبار بعد أن أصبحت عادة من عاداته وخاصة أن الموقف الدولي لم يصف حتى بعد انتهاء الحرب فما زالت الأزمات السياسية تواجه دولاً كثيرة إلى جانب الحرب الباردة.

التمثيليات:

لم يفكر المسئولون عن الإذاعة في باديء الأمر في إعداد التمثيلية في استديو الإذاعة وتقديمها وإنما بدأت التجربة باقتباس مسرحية من المسرحيات التي تمثل على خشبة المسرح وتقديمها في الإذاعة وذلك دون إعدادها الإعداد الإذاعي الصحيح وكان هذا يعتبر نجاحاً إذاعياً في ذلك الوقت ولم تكن الكتابة الفنية المراديو وقد عرفت بعد كما لم تعرف التمثيلية الإذاعية ذات الشخصية المستقلة إلا بعد أن أبتدعت طريقة المؤثرات وذلك عندما أدرك بعض الإذاعيين أن المستمعين إلى الراديو غير النظارة في المسرح، وكان إدراك الإذاعيين شيئاً فشيئاً للأساليب الفنية الإذاعية فظهر الكتاب الإذاعيون وكانوا غير كتاب المسرح وبدأ استخدام الأصوات في التمثيلية استخداماً فنياً ومن الطريف أن بعض القواعد التمثيلية التي وضعها الإذاعيون الأول ما تزال أساساً لكثير من الفنون الإذاعية التمثيلية حتى يومنا هذا كما أن بعض أفكار البرامج التي وضعها هؤلاء ما تزال تقدم حتى اليوم فمن ذلك مثلا التمثيلية المسلسلة المذاعة يومياً فقد قدمتها بعض الإذاعات منذ أكثر من ربع قرن.

البرامج الترفيهية والمنوعات:

ظهرت كثير من أفكار البرامج الترفيهية والمنوعات قبل الحرب العالمية الثانية وكان الهدف من الإكثار منها اجتذاب المتسمع وذلك في المنافسة الحامية التي جرت بين الإذاعات المختلفة وكان جزء من هذه المنافسة لأغراض تجارية وكانت صادرة من الإذاعات الأهلية_ ثم أذيعت البرامج الخفيفة من خارج الأستديو وكانت بداية الإذاعاتالخارجية ولمعت بعض الأسماء عن طريق الإذاعة فظهرت المنافسة بين الأشخاص إلى جانب منافسة الإذاعات نفسها كما ظهرت برامج الفوازير والبرامج التي تمنح الجوائز للفائزين من المتسمعين وقد

خصصت جوائز مالية كبيرة لكثير من البرامج التي يشترك فيها المستمع.

إلا أن نشوب الحرب العالمية الثانية على الرغم من أنه قد وجه المجهود إلى الحرب إلا أن– الإذاعات وخاصة إذاعات الدول المحاربة منها كانت تحاول دائماً أن تقوي روح المستمع المعنوية بأن تقدم له المواد الإذاعية المخالفة التي اعتاد الاستماع إليها كما عي وفي أحلك الظروف حتى أنه أثناء إحدى الغارات الجوية على مدينة ألمانية كان المذيع يواصل إذاعته في ثبات في الوقت الذي كان المستمعون يسمعون أصوات الإنفجارات والطلقات واهتمت الإذ

اعات الحكومية بأساليب الدعاية وكان ضمن هذه

الأساليب المحاولات المتصلة التي تهدف إلى إعلاء الروح المعنوية. وقد زادت الحرب من البرامج الترفيهية للترفيه عن الجنود المحاربين في الميدان وأكثر من ذلك فقد خصصت بعض الدول الكبرى دوراً للإذاعة لتقديم برامج للجنود المحاربين.

ولم تكن للبرامج الترفيهية والمنوعات في باديء الأمر شخصية مستقلة عن البرامج الموسيقية والغنائية وإنما كانت تقدم ضمن البرامج وأحياناً تتألف من الموسيقى والغناء والمواد الخفيفة ولم تكن لها القواعد المدروسة التي تطورت إليها الآن وسار التطور الغنائي في برامج الإذاعة جنباً إلى جنب مع تطور البرامج الغنائية ثم ظهرت ألوان جديدة من الغناء وكان من أهمها الأغاني السياسي.

الإعلانات:

إدخال الإعلانات التجارية ضمن برامج الإذاعة لا يعتبر أمراً جديداً ذلك أن هذه الإعلانات قد لازمت الإذاعات منذ نشأتها فحين تأسست الإذاعات الأهلية كان لا بد لها من سند مادي تعتمد عليه ويغذيها بصفة منتظمة وكان هذا السند هو الإعلانات التجارية ذلك أن الإذاعات التجارية نوعان الأول

إذاعات يملكها أفراد هدفهم الأساسي اكتساب المعلن والثاني إذاعات يمكن اعتبارها ذات شخصية معنوية مستقلة وتعتمد على الإعلانات كجزء من دخلها وعلى أنه توجد إذاعات حكومية تأخذ بنظام الإعلانات في حدود ضيقة على ألا تؤثر هذه الإعلانات في رسالة الإذاعات وسياستها.

وإذا كانت الإعلانات التجارية تتضح أكثر ما يكون في الإذعات الأمريكية إلا أن كثيراً من هذه الإذاعات تحاول وضع نسبة معينة للإعلانات في البرامج بحيث لا تطغي على البرامج الأخرى وذلك للاحتفاظ بالمستمع وتتراوح هذه النسبة بين ١٠%، ١٠% من مجموع الساعات المخصصة للبرامج.

ويلاحظ أن بعض هذه الإعلانات التجارية تذاع أحياناً في نهاية برامج تهديها مؤسسة من المؤسسات التجارية إلى المستمعين.

ولعل السبب في النتشار نظام الأخذ بالإعلانات التجارية في الإذاعات يرجع إلى (١) رغبة الإذاعات في اجتذاب المعلنين من الشخصيات البارزة في الميادين المختلفة باعتبارهم ممثلين لصناعات مختلفة وقد وجدوا استجابة من هؤلاء.

(٢) كثرة أجهزة الاستماع والتليفزيون وزيادة عدد المستمعين والنظارة إلى الراديو والتليفزيون إلى جانب زيادة عدد ساعات البرامج إذ تدل الإحصاءات على أن متوسط ساعات الاستماع للإذاعات بالنسبة للفرد في بعض الدول أربع ساعات يومياً. (٣) تطور فنون الأذاعة والتليفزيون حتى أصبح ينظر إليها على أنها من الأشياء الضرورية للمؤسسات المختلفة.

ومن وجهة النظر العامة فقد كان المعلنون في باديء الأمر يؤمنون بقوة الصحف من الوجهة الإعلانية أكثر من إيمانهم بقوة الإذاعات أحسوا بأثر

الكلمة المنطوقة وإيحائهم كما لمسوا اهتمام عامة الناس باقتناء أجهزة الراديو والتليفزيون والإستماع أو رؤية البرامج خصاة إذا كانت لا تفتقر إلى التشويق كما أن بعض دور الأذاعات والتليفزيون التجارية كانت تسترعى انتباه المستمع بمختلف الأساليب الفنية.

حتى نقاد الإذاعات التجارية التي تأخذ نظام الاعتماد على الإعلانات لم يستطيعوا مواجهة النهضة الإذاعية الجديدة بعد أن فصلت معظم الإذاعات بين الإعلانات التجارية والتأثير على سياسة دور الإذاعات والتليفزيون وتوجيهها بما فيها من أساليب إعلانية.

وعلى النقيض مما كان يتوقعه النقاد فقد سايرت الإعلانات النهضة الفنية في الإذاعة والتليفزيون ولم تؤثر عليها ولم تكن سبباً في تعثرها بل ساعدتها على السير سيراً خاطفاً نحو النمو وأحس المستمع بفضل الإعلانات بعد أن كان يمل الاستماع إليها وذلك بعد أن استمع إلى كثير من البرامج الحية من كبار الفنانين ممن لم يكن يستمع إليهم في الماضي.

وبعد، فهذه لمحة عن قصة الإذاعة في العالم مولدها ونموها وتطور الفنون الإذاعية.

الباب الثاني

بين الصحف الكبرى والإذاعة الصوتية والتليفزيون

الفصل الأول

أثر الإذاعةالصوتية على الصحف الكبرى

القوى الذاتية للإذاعة والصحافة تختاف في أمة عن أخرى لظروف متباينة وأثرها يتفاوت لعوامل كثيرة، أهمها انتشار العلم والوعي. وقوة الإذاعة لا تتجلي في أثرها في الرأي العام في البلد الذي توجد فيه فحسب بل في الدور الذي تلعبه في التأثير على الرأي العام في الأمم الأخرى والإذاعة أسبق وأقوى أثراً من الصحافة في ذلك على أن يراعى أن ما يمكن أن يقتنع به الرأي العام في دولة قد لا يقتنع به الرأي العام في دولة أخرى.

التأثير في الرأي العام مجال مشترك

والرأي العام مجال للتأثر بكل قوة إذاعية طالما اجتذبت هذه القوة الاستماع إليها ومجال للتأثر بكل صحيفة واسعة الانتشار فهو مجال مشترك لكل من القوتين الإذاعية والصحفية. فإذا اتحد الهدف بين الإذاعة والصحافة في بلد ما كان هناك أثر مشترك متشابه، وأصبح عمل كل منهما مكملاً للآخر. وهو كذلك في بعض الدول ومختلف تماما في دول أخرى حيث يوجد مجال للتنافس الشديد بين القوتين لاجتذاب الرأي العام والتأثير فيه وذلك على الرغم من وجود نوع من الزمالة بين الإذاعة والصحف يفرضه التشابه في العمل بين كل منهما.

وإذا جاز أن نقسم الرأي العام إلى اقسام فيمكننا أن نقول أن هناك أقساماً ثلاثة للرأي العام الأول يتألف من أعلى الناس ثقافة وهؤلاء لا يسهل

التأثير على أفكارهم وآرائهم عن طريق الإذاعة والصحافة والثاني يتألف من عامة المتعلمين ويختلف تأثرهم بالإذاعة والصحافة باختلاف عمق ثقافتهم وإدراكهم والثالث رأي عام يتألف من عامة الناس، وهذا القسم الأخير دائم التأثر بغيره ويسهل تحركه من رأي لآخر ويختلف عدده باختلاف انتشار العلم في كل دولة.

ولذلك فإن رسالة كل من الأذاعة والصحافة في الدول التي لا ينتشر فيها التعليم أخطر من رسالتهما في غيرها من الدول المتحضرة ذلك لأن تأثيرهما خطير لا على الأجيال الحاضرة فحسب بل على الأجيال القادمة أيضاً.

دور اجتماعي:

تشترك الأذاعات والصحف في الأهداف الأربعة التالية:

(١) الإعلام. (٢) التثقيف. (٣) التسلية. (٤) الأعلان.

ولا يتسع المجال هنا للحديث عن هذه الأهداف بالتفصيل وإنما نستطيع أن قول أن هذه الأهداف قد جعلت من الإذاعات والصحف مظهرين من أهم مظاهر الخدمة العامة في العصر الحديث فبالأتصال السريع بين القارات جميعاً ودور الإذاعات والصحف في ذلك وسهولة المواصلات بين أنحاء العالم قد جعل الأمم متشابكة المصالح وجعل الشعوب تتأثر ببعضها البعض وتؤثر على بعضها البعض، وإذا كان هذا الاتصال قد أفاد الأمم فائدة كبيرة إلا أنه قد أوجد كثيراً من المشاكل– وأصبحت الشعوب تتجاوب مع البعض الآخر مهما بعدت المسافات بينها أو أصبح يهم الفرد في كل دولة أن يقف على أمور الدول الأخرى.

فهناك سيل من الأنباء عن المشاكل السياسية والعلوم والمخترعات

وغيرها، ووكالات الأنباء العالمية تتنافس بعضها البعض في الحصول على هذه الأنباء ونقلها في سرعة إلى الإذاعات والصحف هذا إلى جانب المراسلين والمندوبين. ومن العسير على الإذاعات والصحف أن تذيع أو تنشر كل ما يرد إليها من أنباء فعملها يتجلى في اختيار أهم هذه الأنباء وتفسيرها والتعلقي عليها وتقديمها التقديم المناسب على أنه غالباً ما يكون فائض الأنباء بالنسبة للإذاعات أكثر منها بالنسبة للصحف.

المستمعون والنظارة والقراء خاصة الطبقة المستنيرة منهم ينظرون إلى الإذاعة والتيفزيون والصحف على أنها مصدر هام يساعد على تحقيق الأهداف السالفة الذكر ولذلك يفترضون أن تقدم لهم مواد مثالية توجههم وتفيدهم في أمور حياتهم الجارية، ولذلك فقد اتجهت دور الإذاعات والتليفزيون والصحف إلى التخصص فأنشأت أقساماً خاصة للعلوم والفنون مما يهم المستمعين والنظارة والقراء ويشرف عليها إخصائيون معروفون حتى يمكن بذلك رفع المستوى والنهوض بالأفكار.

وإذا كانت الحياة الاجتماعية في كل دولة قد تأثرت بالإذاعات والتليفزيون والصحف فإنها قد أثرت بدورها فيها إلى درجة أنه عندما أنشئت الصحف وكانت صغيرة الحجم ثم أخذ حجمها يكبر شيئاً فشيئاً وجاء العصر الحالي، لاحظ ناشرو الصحف في أوروبا أن الحياة الاجتماعية الحاضرة بما فيها من تنقل وازدحام وسائل النقل وحرص غالبية القراء على مطالعة الصحف في عربات المترو وسيارات نقل الركاب أخذ بعض ناشري الصحف يفكرون في العصر الحاضر في تصغير حجم صحفهم مع زيادة صفحاتها حتى يسهل على القراء مطالعة الصحف أثناء ذهابهم إلى أعمالهم.

المنافسة مع الصحف اليومية الكبرى فقط

لا مجال للصحف الصغيرة والدوريات غير المنتظمة الصدور لمنافسة دور الإذاعات والتليفزيون لأنها ضعيفة الأثر في توجيه الرأي العام. فالصحف اليومية الكبرى الواسعة الانتشار هي وحدها التي يمكن أن يكون لها اعتبار في منافسة الإذاعات ودور التليفزيون.

والصحف الكبرى في عرف بعض الناس في الدول الصغيرة هي الصحف التي توزع بعض عشرات أو مئات الألوف وفي عرف آخرين هي التي تؤثر في عدد كبير من الطبقة المستنيرة من الناس. والصحف الكبرى في عرف بعض الصحفيين الأمريكيين هي التي لا يقل رأس مالها عن خمسة ملايين دولار.

الخبر والإعلان

ولعل من أهم الموضوعات التي تسببت في المنافسة بين الإذاعات ودور التليفزيون والصحف هي الخبر والإعلان فعندما اخترع الراديو لم يحس أصحاب الصحف الكبرى في العالم بلون من المنافسة إلا بإذاعة الراديو للأنباء، وأدرك هؤلاء قوة الإذاعة عندما بدأت بعض الإذاعات في سنة ١٩٣٤ في تعيين هيئات مستقلة، منظمة خير تنظيم، خاصة بالأعلام إلى جانب اشتراكها في وكالات الأنباء فظهر المراسلون الإذاعيون والمندوبون الذين انتشروا في كل مكان يمدون إذاعاتهم بالأنباء وأحياناً بالتعليقات. بل وأكثر من ذلك بتسجيلات من نفس المكان الذي تقع فيه الحوادث وساعة وقوعها.

واهتمت الإذاعات بزيادة عدد نشراتها الإخبارية كل يوم مما اضطر بعض الصحف المبرى إلى إصدار طبعات لصحفهم بلغت أحياناً في بعض دول أوروبا وأمريكا ١٢ طبعة يومياً.

ومع ذلك فقد أقبل الناس على الاستماع إلى الإذاعات وزاد جمهور المستمعين لها وأدرك ذلك أصحاب الصحف، أليس في إمكان تلك الإذاعات أن تمد مستمعيها بخلاصة للأنباء دون أن يبذل هؤلاء في ذلك أدنى مجهود؟ ودون أن يعيقهم ذلك عن أعمالهم؟ فإن الكثيرين من المستمعين يستمعون إلى الراديو أثناء قيامهم بأعمال أخرى، وفي ذلك إلى حد ما توفير للوقت والجهد وهو ما لا يتسنى لقراء الصحف، أليس في مقدور الإذاعة أن تعطي صورة صوتية سريعة وأنباء تسبق بها الصحف فتغنيهم أحياناً عن قراءتها في الصحف.

أثر الإذاعة على توزيع الصحف:

ولقد زاد من قوة الإذاعة ظهور التليفزيون حتى ظن بعض أصحاب الصحف أن صحفهم سوف لا تستطيع مواجهة هذه المنافسة وأن مصير صحفهم هو الاختفاء شيئاً فشيئاً.

وفي سنة ١٩٤٨ أجرت جريدة **New York Time** استفتاء للجمهور لمدة خمسة أيام لمعرفة قوة التليفزيون وإذا كان من الممكن أن يقضي على الصحف الكبرى ويحل محلها. وبعد ظهور نتيجة الاستفتاء وقف سير أرثر سالزبرجر **ArtherSalzberger** ناشر الجريدة ليعلن في اجتماع عقده لمجلس الإدارة أن نتيجة الاستفتاء تبين أن التليفزيون لن يقضي على الصحف الكبرى ليحل محلها.

وكذلك أجرت مثل هذا الاستفتاء مجلة **Fortune** لمعرفة أثر الراديو على الصحف الكبرى، ذلك أنه تبين أن الراديو لن يقضي على الصحف بل أكثر من ذلك، فقد زاد الراديو من توزيعها وساعد على رواجها.

وليس معنى هذا أن مستمعي الراديو قد انصرفوا عن الإذاعة إلى

الصحف وإنما السبب في زيادة توزيع تلك الصحف راجع غالباً إلى أن الإذاعة بإذاعتها لنشرات الأخبار تشوق المستمعين إلى معرفة المزيد من التفصيلات، خاصة إذا كانت تلك الأخبار على جانب من الأهمية، والإذاعات لا يمكنها أن تقدم قصة الأنباء مفصلى مطولة كما هو الحال في الصحف.

على أنه في أعقاب الحرب العالمية الثانية تطور الفن الإذاعي تطوراً خالقاً، ووجدت أساليب إذاعية جديدة لاجتذاب المستمعين ونافست الإذاعات بهذه الأساليب الصحف الكبرة واعتمدت غالبية هذه الأساليب على دراسة نفسيات المستمعين.

وقد أراد بعض علماء النفس الذين درسوا الاستعداد النفسي لجمهور المسرح أن يطبقوا أساليب دراستهمعلى جمهور المستمعين للراديو فوجدوا أن تلك الأساليب الدراسية لا يمكن تطبيقها على جمهور المسرح ولا توجد هذه الوحدة بين مستمعي الإذاعة فالتجأوا إلى أساليب أكثر تعقيداً في دراستهم.

المادة والسرعة في القرن العشرين وأثرها

وإّا كان القرن العشرين قد اتسم بالمادة والسرعة مما جعل للوقت قيمة مادية لم تكن له بهذه الصورة من قبل، فقد انشغل بعض قراء الصحف بأعمالهم عن الأطلاع والتزود بالمعلومات من المكتبات واعتمد هؤلاء على الصحف لتمدهم بالمعلومات الهامة على جوانب الحياة المختلفة مما القى مهمة على الصحافة لم تكن تعيرها من قبل اهتماماً كبيراً، هذه المهمة هي تثقيف القراء.

أما الإذاعات فلم تهتم بتثقيف مستمعيها بصفة عامة فحسب، بل خصصصت ساعات وبرامج معينة لا على الناسي ثقافة ليقفوا أولاً بأول على مستحدثات العلوم وأروع القطع الأدبية والفنية في العالم ومن المعروف أن

الأسلوب الصحفي يختلف عن الأسلوب الأدبي اختلافاً كبيراً.

فالأسلوب الصحفي ينبغي أن يكون سهلاً قريباً إلى الإفهام بعيداً عن العمق والتعقيد، فإذا كانت سهولة الأسلوب ضرورية للصحف فإنها أوجب بالنسبة للإذاعات، ذلك لأن كثيراً من الصحف والإذاعات تخاطب مشاعر الناس أكثر من مخاطبتها عقولهم ولا يمكن أن يكون هناك التأثير المطلوب إذا كان الأسلوب الذي يخاطب به الناس غامضاً عميقاً.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن الكلمة المطبوعة أن لم يفهمها القاريء جيداً فقد يعيد قراتها حتى يتمكن من فهمها وليس الحال كذلك بالنسبة إلى الكلمة المسموعة فإنها إذا لم تفهم في المرة الأولى لإذاعتها فقد ضاعت الفرصة على المستمع في فهم الجملة وربما في فهم الموضوع بأكمله. ولذلك فإن أهمية الوضوح بالنسبة للمادة المذاعة أعظم من أهميته بالنسبة للمادة المنشورة.

الناحية العلمية والفنية:

الإذاعة والتليفزيون علم وفن وكذلك الصحافة، فالناحية العلمية في الإذاعة الصوتية والمرئية تعتمد على الحقائق العلمية الثابتة، والناحية الفنية وإن كانت تدعم نفسها بالأسس العلمية أحياناً إلا أن قوانين الفن غير ثابتة، وبمعنى آخر فالناحية العلمية ذات طابع موضوعي والناحية الفنية ذات طابع شخصي، فالحديث العلمي على سبيل المثال يعتمد على الحقائق المحددة، فاللعلم يعتمد على أفكار واضحة ونظريات ثابتة وقواعد لتنفيذ هذه الأفكار، ففي الحديث العلمي مثلا ينبغي أن يوضح المتحدث من أين عرف هذا؟ وما معناه؟ وما رأيه؟ ولماذا هو حقيقي؟ ويوضح السبب لصلاحية الأفكار الواردة في حديثه، كما ينبغي أن يرتب كل ذلك ترتيباً منطقياً ويعرضه في صورة مقنعة تقوم على الأدلة

والبراهين كما يجب ألا تكون النتائج أكثر مما تحتمله المقدمات وهكذا. بينما لا يتقيد الفن بقانون ثابت في التعبير.

فالحقائق العلمية محددة وواحدة لدى جيمع العلماء، بينما لكل فنان طريقته الخاصة في التعبير وفي تصور الطبيعة وكثيراً ما يختلف تصوره لها عن تصور غيره من الفنانين.

وعلى ذلك فليس الفن صورة حقييقية للطبيعة وإنما الفن هو تصور الفنان للطبيعة.

ولقد تغيرت نظرة الناس إلى الصحافة في العصر الحالي عن ذي قبل فقد كان الناس فيما مضى ينظرون إلى الصحافة لا على أنها مظهر من مظاهر الخدمة العامة، بل على أنها وسيلة للإعلان والدعاية الشخصية. وكانت بعض الشخصيات السياسية تنظر إلى الصحافة نظرة ملؤها الخوف من نشر أخبارهم وسياستهم وكان خوفهم من الإذاعات أقل كثيراً لعدم اهتمام الإذاعات بالأمور الشخصية. خشى هؤلاء الصحافة فكانوا يكتمون أخبارهم لأن السياسة تميل إلى السرية غالباً بينما تميل الصحافة إلى العلنية دائماً، حتى أن غالبية جلسات عصبة الأمم نفسها كانت سرية وكانت مهمة الصحفيين شاقة في ذلك الوقت، وكانوا يضطرون إلى استراق الأخبار لنشرها في صحفهم مما لا يعطي صورة دقيقة وحقيقية عما كان يجرى في جلسات عصبة الأمم.

تغيرت نظرة الناس إلى الإذاعة والصحافة حتى أنه عندما أنشئت الأمم المتحدة خصصت أماكن لمندوبي الإذاعات والصحف ومراسليها مجهزة بأحدث وسائل الاتصال ليتسنى لهؤلاء الاتصال بإذاعاتهم وصحفهم مهما طالت المسافات وأكثر من ذلك فقد أعدت نشرات وملخصات سريعة للمندوبين والمراسلين حتى يقفوا على أدق الأنباء والخطب والتصريحات لإعطاء صورة

دقيقة لإذاعاتهم وصحفهم عما يجري في جلسات الأمم المتحدة.

الإخراج:

إذا كانت الصحف تعتمد على العناوين والميزانباج والصور والألوان.... ألخ إخراجها لاجتذاب القراء فإن الإذاعة تعتمد في إخراجها على المؤثرات الصوتية والموسيقى المعبرة والتلوين الصوتي ذلك في اجتذاب المستمعين، ولن يكون هناك التأثير المطلوب في اجتذاب القراء إلا بالدقة في اختيار المادة المناسبة وإعدادها الإعداد الصحيح ثم باختبار الوسائل الفنية في الإخراج لإظهار ما في المادة من قيمة وجمال، كما ينبغي أن يكون هناك انسجام كامل بين المادة وإخراجها.

مثال ذلك: اشترى أحد الصحفيين في سنة ١٩٠٨ جريدة وأرسل نسخة منها إلى صديقه سير وليام نلسن **William Nelson** المحرر الأول في صحيفة **star Kanas City** واحد كبار الصحفين المغروفين في ذلك الوقت ليستطلعه رأيه في الجريدة، فأخذ الأخير يطالعها بإمعان ولم يكد يتم قراءتها حتى كتب إلى صديقه قائلاً: أن جريدتك تذكرني بشخص جاءني يوماً وكان يرتدي ألواناً زاهية متنافرة، ومهملاً في هندامه وجاءني ليقنعني بأمر ما مستعملاً في ذلك ألفاظا جوفاء خالية من الروح، فلم استطع أن أنصت إلى بقية ما يقول.

وكذلك في الإخراج الإذاعي ينبغي على المخرج أن يراعى أن مستمعي الإذاعة الصوتية لا يرون شيئاً، وأن قوة المخيلة هي التي تنشط ثناء الاستماع إلى الراديو فعليه إذن أن يشارك المستمعين إلى برنامجه تصورهم ويضع نفسه_ قبل إذاعته برنامجه مكتم المستمع، ويشاركه مخيلته ليعرف مدى ما يتطلبه من تغيير أو تعديل ليكون أبلغ أثراً في نفسية المستمعين. فالتناسق والانسجام الفني بين المادة المختارة وإخراجها سواء كان ذلك في الإذاعة أم في الصحافة من

الأمور التي تلعب دوراً هاماً في أقبال المستمعين والقراء واجتذابهم.

وأخيراً فإن للقوانين الإذاعية والصحفية قيمة معنوية رفيعة تتجلى في تأثيرهما الخطير في الرأي العام واتجاهاته وفي جوانب الحياة المتحضرة على اختلافها ولذلك يجب أن نستند كل من القوانين على وازع من الضمير، يتجلى في الحرص على الدقة عند الإذاعة أو النشر_ خاصة في زمن السلم_ واجتياز المصاعب في سبيل البحث عن الحقيقة.

وكلتا القوتين وإن اتفقتا أو اختلفتا في التأثير في أفكار الناس فإنهما بنشر الحقائق تنير أن الطريق نحو حياة أفضل.



الفصل الثاني

ظهور التليفزيون وأثره على الإذاعة الصوتية

تطور الأساليب الفنية والعلمية:

تطورت الفنون تطوراً سريعاً بشكل لم يكن متوقعاً، ومرت بثلاث أطوار: الأول هو الأسلوب البدائي والثاني هو الأسلوب الكلاسيكي والثالث هو الأسلوب الباروكي **Baroque** أو الرومانتيكي، ويقول المؤرخون أن التصوير قد مر بهذه الأطوار الثلاثة. فالطور الأول يتميز بكثرة التجارب والثاني يتميز بالأسلوب الذي يحقق التوافق بين البناء والشكل والثالث يتميز بالعناصر الشكلية التي تطغى على البناء ذاته.

ومهما يكن من رأي المؤرخين في ذلك ومهما كانت درجة صحة هذا المذهب فإن التطور قد أخذ شكل التأرجح بين متقابلين الكلاسيكية والرومانتكية. وفي غضون ذلك كان يتسلم فن من الفنون، الزعامة على الفنون الأخرى ويؤثر عليها تأثيراً كبيراً إلى أن تتجاوب معه.

وفي النصف الثاني من القرن العشرين ظهرت تطورات حديثة قامت على أنقاض الأشكال التقليدية التي تداعت وقد اتضحت هذه التصورات بجلاء في الفترة بين قيام الحربين العالميتين الأولى والثانية. ولم يقتصر ذلك على الفنون والفلسفة وغيرها من العلوم النظرية وإنما ظهرت بوضوح كذلك في المجال العلمي، فواجه علم الطبيعة المرتكزة على نظرية نيوتن في الميكانيكا مخالفات شديدة وواصل المكتشفون أبحاثهم واكتشافاتهم محققين بذلك ما كان يعجز

القدماء عن مجرد التفكير فيه ومحققين بذلك ما كان يعجز القدماء عن مجرد التفكير فيه ومحققين ما قد فكر فيه بعض العلماء مثل جاليليو.

وقد كان لهذا التطور السريع أثر بالغ على الإبداع في الفنون والعلوم وظهور الاختراعات الحديثة.

ويعتبر بعض المؤرخين الإذاعة المرئية وكذلك الأذاعة الصوتية من الأمور التي تميز القرن العشرين، وإذا كانت الصحف والدوريات والكتب والنشرات والمسرة والبرق من الأمور التي تعتير من وسائل الاتصال بالجمهور فإن الإذاعة تزيد على ذلك، أنها تقضي على العزلة ولذلك يعتبرها البعض النافذة التي يمكن للمرء أن يطل منها على العالم فإن جهاز الاستقبال يحيط بما يجرى في العالم من أحداث إلى جانب المواد الأخرى المقدمة، والإذاعة في القرن العشرين قد أصبحت جزءاً من حياة الأفراد وأصبح لها أثر كبير على حياتهم لأنها تعمل على تشكيل المعارف والنظريات والعقائد في الأذهان عن طريق المداومة على بث الأفكار.

هذا المجهود المتواصل لم يهدأ وصل إلى أوجه في الفترة ما بين سنة ١٩٢٩- ١٩٤٥ وما زال مستمراً حتى وقتنا هذا ثم كان أن ظهر التليفزيون إلى حيز الوجود وانتشر، والدول المتحضرة لا تألو جهداً في العمل على نشره بين الناس وقد بلغ مجموع الدول التي أنشيء التليفزيون بها أربعين دولة بينما يجري العمل في إنشاء التليفزيون في عشر دول أخرى.

ولما أنتشر استعمال التليفزيون في دول أوروبا أرادت بعض الدول أن تعطي للنظارة فرصة للاستمتاع بأكبر عدد من برامج التليفزيون الأجنبية إلى جانب البرامج المحلية وأنشأت بعض الدول الأوروبية أتحاداً فيما بينهما يساعد على إعطاء فرصة للنظارة لمشاهدة أكبر عدد من البرامج في بلاد مختلفة. فكان

أن أنشيء أتحاد عرف باسم الأرفزيون **Eurovision** ويضم كلا من بلاد ألمانيا وهولنده وبلجيكا وأنجلترا وفرنسا وسويسرا وذلك في عام ١٩٥٤ وهو يضمن للنظارة عاملا حيويا هاما هو عامل التغير الدائم فيما يقدم من الأفكار والبرنامج المختلفة على شاشة التليفزيون كما أن هذا النظام يوفر كثيراً من نفقات إنتاج البرامج على أساس التعاون بين دور التليفزيون المختلفة.

وظهور التليفزيون يعد حدثاً هاماً بالنسبة إلى دور السينما والمسرح والصحافة والراديو.

مدى تأثر الراديو بالتليفزيون:

ولعل السؤال الذي يتبادر إلى أذهان ما مدى تأثير التليفزيون على الراديو؟ يقول البعض أن التليفزيون أقوى أثراً من الراديو لأن الصورة من الوسائل المقنعة أكثر من الكلمة فإذا اقترن الخبر برؤيته على شاشة التليفزيون فإن ذلك يكون أدعى إلى تصديقه.

إن أجهزة التليفزيون التي تستطيع أن تنقل الصور من أماكن مختلفة إلى النظارة مثل المباريات والملاهي والندوات والخطب.. إلخ لا تحتاج إلى ما يحتاج إليه الراديو من وسائل الأقناع ولذلك فإن أثرها في النفوس أسرع وأقوى من الصوت المنبعث من الراديو ومع ذلك فيقول البعض أن الراديو لا يقل عن التليفزيون قوة لأن أجهزة الراديو أوسع انتشاراً وفي متناول اليد من وقت لآخر فالمستمع يستطيع أن يسمع في أي مكان معتمداً على جهاز صغير قد يتناعى في الصغر يستمع به بينما يؤدي أعماله الأخرى فالمرأه في المنزل مثلاً تستطيع أن تقوم بشؤون المنزل بينما يستمع إلى الراديو، بينما لا تستطيع ذلك أثناء مشاهدة شاشة التليفزيون.

وكذلك الحال بالنسبة للمستمعين حيث يتنقلون وليس معني هذا أن أجهزة التليفزيون لا ينتشر أستعمالها كالراديو وإنما نقول هؤلاء أنها تستلزم انتباها لرؤية الصورة مما يتعذر معه القيام بأعمال أخرى هذا فضلاً عن ضرورة تهيئة الجو للعرض بالنسبة للتليفزيون. كل هذا يؤثر في تداولها بحيث لا تصبح في درجة تداول الراديو وليس أدل على أن التليفزيون لم يقض على الراديو من أن معظم الأجهزة الحديثة تجمع بينهما.

ولكن أجهزة التليفزيون الحديثة قد صممت بحيث يمكن للنظارة أن يشاهدوا الشاشة متى شاؤا كما يمكنهم أن يستمعوا إلى البرامج الموسيقية دون أن يشاهدوا شاشة التليفزيون إذا شاءوا وفي هذه الحالة الأخيرة يمكن للمستمع أن يقوم بأعمال أخرى أثناء استماعه فيمكن للمرأة في المنزل مثلا أن تستمع إلى البرامج دون أن تراها، كما هو الحال عند الاستماع إلى الراديو.

ولا ريب أن التليفزيون قد أثر على الراديو في المجال الرياضي خاصة ذلك لأن المتتبع للمباريات الرياضية يستطيع ليس فقط أن يرى ما يجرى في الملعب بل يشعر أيضاً بالحماس كما لو كان في الملعب ويدرك الأخطاء الفنية التي قد يقع فيها بعض اللاعبين مما لا يتوفر في حالة الاستماع إلى الراديو ومعني ذلك أن التليفزيون يؤثر على الراديو تأثيراً كبيراً في بعض المجالات بشكل يزيد على تأثيره في المجالات الأخرى.

ولعل من أروع المناسبات التي يستخدم فيها الراديو وما ينتظر أن يستخدم فيها التليفزيون قريباً ما ظهر أخيراً في بعض الجول الكبرى من استخدام أجهزة الأرسال والاستقبال اللاسلكية في الحقول الواسعة ذلك أنه بعد جني المحصولات الزراعية من هذه الحقول يعهد إلى مكتب إداري مهمة تسويقها ويبني في هذا المكتب غرفة للمبيعات يكون تصميمها بحيث يتسع

لجهاز إرسال لاسلكي ومكبر للصوت وميكروفونات وجهاز يتلقى آخر البرقيات يحيط الموجودين من هيئة المكتب علماً بآخر الأنباء عن السوق. في هذا المكتب يعمل الأعضاء في قسم المبيعات وعلى رؤوسهم سماعات كما هو الحال عند استعمال المذيعين للسماعات وتوضع أمامهم قائمة تكتب عليها الأرقام الخاصة بالعملية كلها فمثلاً تشتمل هذه القائمة على الأرقام الواردة من الجهات الرسمية فيما يختص بالأنتاج ومداه في الموسم والمواد الغذائية المستهلكة طبقاً لآخر أحصاء رسمي كما تتضمن مقدار الشحنات المرسلة إلى مراكز التوزيع وكل ما يتعلق بالعرض والطلب من أرقام. وهذه القائمة تحدد العمليات الواجب قيام الهيئة بها كما تحدد الأسعار ويؤثر بدورها على الحصاد فإذا أشارت الأرقام إلى أن الطلبات تتزايد دب النشاط في الحصاد أما إذا أشارت البيانات إلى قلة الطلبات ضعفت عملية الحصاد وتستطيع هيئة المكتب الخاص بالتوزيع أجابة أصحاب الطلبات مباشرة عن طريق الميكروفونات.

والتليفزيون يستطيع أن ينافس الإذاعة في اجتذاب الناس ذلك أن موضوعاً ما قد لا يجد عدداً كافياً من المستمعين ولكن إذا قدم نفس الموضوع عن طريق التليفزيون فقد يجد عدداً أكبر من النظارة إذا تعادلت إمكانية حيازة الأجهزة في الحالين.

ولعل البعض يتساءل عن مهمة المذيع في حالة الإذاعة المرئية وهل ستكون مهمته أشق أو أسهل من مهمة المذيع في حالة الإذاعة الصوتية الواقع أن الأمر مختلف تماماً في حالة التليفزيون عنه في حالة الراديو..

فالمذيع في الإذاعة الصوتية وخاصة في الإذاعات الخارجية يحاول دائماً أن يعطي صورة واضحة للمستمع عن كل شيء في المكان الذي يذيع منه ويختار العبارات المناسبة ليؤثر في خيال المستمع حتى يمكنه تصور ما يجرى في الإذاعة

الخارجية. أما في حالة التليفزبون فإن النظارة يشاهدون كل شيء وعلى ذلك فلا يمكن للمذيع أن يصف الأشياء التي يراها النظارة وإنما عليه واجب آخر وإذا كانت الصورة في حالة الإعلام عن طريق التليفزيون أكثر اقناعا من الخبر المذاع فإن هناك أمراً يستوجب انعام النظر، وذلك أن حدثاً معيناً إذا وقع فإن الراديو يستطيع نقل نقاصيله إلى المستمعين بعد لحظات من وقوعه ولكن ليس الحال كذلك بالنسبة للتليفزيون لطول ساعات الإرسال بالنسبة للراديو أكثر من ساعات التليفزيون في أغلب الأحيان كما أن عمليات التليفزيون أكبر تعقيداً وقد لا تستطيع أجهزة التليفزيون أن تعرض لحادث وقعت وقوعه مما قد يضيع الفرصة بالنسبة إلى النظارة. ولكن لا يحدث ذلك إلا نادراً.

وقوة التليفزيون وانتشاره تختلف في دولة عن أخرى. فمن ذلك مثلا أن محطات التليفزيون الأمريكية تجد فيما بينها منافسة شديدة لم يعهد مثلها من قبل وتعتمد في منافستها على الإعلان مما يتيح الفرصة للأرتفاع بمستوى المواد المقدمة نظراً لزيادة حصيلة الإيرادات وليس المجال هنا للتحدث عن أثر المنافسة بين محطات التليفزيون الأمريكية وإنما نذكر أن بعض دور المحلات العامة في الولايات المتحدة طبقا لما ورد في استبيان عن التليفزيون أجرت هناك ملاحظة طريفة مؤداها أن التليفزيون يشغل الناس عن تناول المرطبات بسرعة مما يؤدي إلى قلة الطلبات المقدمة للرواد.

أثر التليفزيون على دور السينما:

ولم يؤثر التليفزيون فقط على الراديو وإنما أثر على دور السينما ولكن بعض النقاد يرون أن هذا الأثر يختلف بين دولة وأخرى طبقاً لعادات الناس فيها بل يختلف الأثر بين فئة وأخرى من فئات الجمهور، ذلك لأن بعض الناس لا يذهبون إلى دور السينما لرؤية الأفلام فحسب وإنما لاعتيادهم على الخروج

في أوقات معينة وهذه الفئة من الناس تجد في ذلك متعة واعتيادا على شيء قد يكون من الصعب تغييره والبقاء في المنازل.

ولم يقتصر أثر التليفزيون على دور السينما فحسب وإنما تعداه إلى الفانين أنفسهم ذلك أن دور التليفزيون قد اجتذبت كثيراً من ممثلي السينما مما جعل من العسير على بعضهم الجمع بين العمل في السينما والعمل في التليفزيون. بينما لا تتأثر الصحف اليومية بظهور التليفزيون إلا في عدد الملاحق التي تصدرها.

ولما وجدت السينما أن التليفزيون قد أصبح منافساً خطيراً لها أخذ الفن السينمائي يرتفع محاولا التغلب عن ذلك المنافس الخطير مما أدى إلى اكتشاف عدسات جديدة ظهر أثرها واضحاً في أقبال الجمهور على دور السينما من جديد. مثال ذلك السيزاما، والفكرة فيها تستند إلى التقاط المناظر الواحدة بثلاث آلات للتصوير في لحظة واحدة.

ولم يقتصر الفن السينما على ذلك بل استؤنفت الجهود وأخذ المفكرون والمخترعون يعملون ليلاً ونهاراً حتى اكتشف الفيلم المجسم وراجت هذه الفكرة فترة من الزمن وأقبل عليها الناس لأنها شيء جديد. غير أنه لم يكتب لها النجاح الدائم وإنما كان نجاحها مؤقتاً وذلك لأنه كان من الواجب على النظارة استعمال نظارات خاصة لرؤية الأفلام المعروضة وكان الكثيرون منهم يصيبهم الضيق بسبب ذلك ولذلك لم يكتب لهذه الفكرة النجاح الكفيل بإعادة جمهور السينما إلى دور العرض بدلاً من البقاء في منازلهم بجوار أجهزة التليفزيون.

راسل رجال السينما والمخترعون جهودهم من جديد حتى اكتشفوا السينما سكوب وقد ظهرت ميزات عديدة للسينما سكوب لأنه أصبح في الإمكان أن تليقط الصورة مكبرة بالعدسة سكوب بحيث يصبح النظارة مرتاحين لرؤيتها.

ولم يكتف السينمائيون والمخترعون بهذا النجاح بل اكتشفوا الفيستافيزيون **Vistavision** وهذا النوع يمتاز بالعمق كما أعدوا العدة لتحسين الصوت نفسه فظهر الصوت المجسم **Stereophonic Sound** وتفننوا في استعمال الألوان الجذابة.

ومهما يكن من أمر فإن التليفزيون قد أوجد لنفسه فناً خاصاً به يختلف عن الإذاعة والمسرح والسينما ويرتكز هذا الفن على أساس يختلف عن الأساس الفني المعروف الذي يمثل على المسرح أو السينما... هذا الفن الجديد يعتمد على المزج بين تمثيل حقائق الحياة والطريقة الفنية، أو بمعنى آخر، إخراج واقع الحياة في أسلوب فني.

الفصل الثالث

وكالات الأنباء وتأثرها بالصوت والصورة

تهتم وكالات الأنباء وخاصة وكالات الأنباء المصورة بدور الإذاعة والتليفزيون في تمويلها بالإشتراكات وتعتبر وكالات الأنباء مصدراً هاماً تستقي منه الإذاعات الصوتية والتليفزيون كثيراً من الأنباء وتختلف إذاعة صوتية أو مرئية عن أخرى في تأثرها بوكالات الأنباء وفي كمية الأخبار التي تستقيها منها. وعلى الرغم من أن الإذاعات الكبرى تعتمد اعتماداً كبيراً على مراسليها ومندوبيها إلا أنها تشترك أيضاً في وكالات الأنباء وذلك لأن هذه الوكالات تقوم بدور تأميني فمثلا إذا وقد حدث ما أو تردد نبأ هام لم تستطع الإذاعة الصوتية أو المرئية الحصول عليه أو فات على مراسلها، ولم تذعه فإن هذا يعتبر عيباً إذاعياً كبيراً، فالأشتراك في وكالات الأنباء يؤمن الإذاعة في هذه الحالة وهناك إذاعات لها مراسلون ولكنها لا تعتمد اعتماداً كلياً عليهم لعدم توزيعهم في أنحاء العالم توزيعاً جغرافياً يكفل لهم الحصول على الأنباء من أرجاء العالم.

وكالات الأنباء تحاول دائماً أن تعطي الإذاعات والصحف إلى جانب الأخبار والأحداث العامة التي تجري في أرجاء العالم، الأنباء التي تهتم بها كل إذاعة فتعطيها مزيداً منها. وهذا العمل يعتمد على أسس موضوعية ويستلزم معرفة واسعة بالأحداث والتطورات نظراً لأن هذه الأسس قد تتغير وتتطور تطوراً مسايراً لتطور الحوادث ذاتها.

وإذا كانت وكالات الأنباء تغذي دور الإذاعات والتلفزيون والصحف

جميعاً بالأنباء فإنها لا يفوتها أيضاً أن تجمع بعض أنبائها من دور الإذاعات والتليفزيون والصحف ذاتها وهذا أيضاً نوع من الضمان ولذلم فإن الوكالات العالمية مزودة بنظام دقيق للاستماع إلى الإذاعات والتيلفزيون وقراء الصحف للوقوف على آخر الأنباء إلى جانب النظام الدقيق الذي يسير عليه المراسلون المتفرغون للعمل بالوكالة.

على أن بعض الإذاعات تتلقى الأخبار من الوكالات ولكنها تعيد كتابتها بالطريقة التي تراها ملائمة لها. ومن المفروض أن تنوه الإذاعات بمصادر أخبارها وتشير إلى وكالة الأنباء التي استقت منها أنباءها.

وإذا كانت معظم الإذاعات تعتمد على الأنباء فإن البعض الآخر يرى ما يجري في أرجاء العالم من أحداث.

عمل المراسلين

تهتم بعض الإذاعات يتعين مراسلين لها في العواصم الكبرى فقط بينما توجد إذاعات أخرى وليس لها مراسلون في الخارج وتعتمد اعتماداً كلياً على وكالات الأنباء والصحف إلى جانب ما تلتقطه من الإذاعات الأخرى.

والإذاعات الكبرى تعتمد على مراسليها اعتماداًكبيراً في تحقيق الحوادث العالمية ووكالات الأنباء تنافس الإذاعات في هذا المضمار منافسة شديدة ذلك لأنه إلى جانب أنها تدقق تدقيقاً كبيراً في اختيار مراسليها بما يتناسب مع ما يلقي على عاتقهم من أعباء فإنها تعين عدداً كبيراً من المراسلين بشكل يصعب أن تنافسها فيه الإذاعات حتى أن وكالة واحدة من هذه الوكالات الكبرى تضم أكثر من ١١٠٠ من المراسلين الأكفاء ومنهم المراسلون المدنيون والمراسلون العسكريون وغير ذلك من المتخصصين ويجمع بعضهم هؤلاء بين القدرة على

الأخبار والتعليق عليها.

وكثيراً من المراسلين الناجحين لا يحفلون بالمادة التي يكتبون عنها في حد ذاتها بقدر ما يحفلون بأسرع طريقة للأتصال بإذاعاتهم ووكالاتهم وصحفهم فإبلاغ النبأ في سرعة ودقة أهم عند هؤلاء من النبأ من حيث أنه مؤثر أو محزن أو سار فهم لا يعترفون بقيمة الشيء ما لم يكن في استطاعتهم ابلاغه في الحال.

ولذلك فقد قال أحد مشاهير الصحفين لأحد المراسلين لأحد المراسلين الناشئين «ليكن في يدك (سلك) للاتصال السريع بصحيفتك» وهكذا يتحتم على بعض الصحفيين في بعض الظروف اجتياز المصاعب والمخاطر وتعريض أنفسهم للمتاعب في سبيل الحصول على الأنباء وإرسالها في الحال.

المراسل الإذاعي وكذلك مراسل وكالات الأنباء ينبغي له ألا يؤاعي فقط الحصول على وسيلة من الوسائل للاتصال بإذاعته أو مركز الوكالة الذي يكتب له وإنما ينبغي له أيضاً أن يراعي تكاليف القصة التي يرسلها فالمراسل الناجح هو الذي لا يكلف الإذاعة أو وكالة الأنباء تكاليف باهظة من أجل قصة لا تساوي هذه التكاليف لأن رسوم الاتصالات البرقية والتليفونية مرتفعة وكذلك رسوم الإرسال بين المحيط والقارات والعواصم، وبعض المراسلين لا يلاحظون أن تكاليف إرسال برقية من بلد إلى آخر تزيد أحياناً ثلاثة أمثال إذا ما أرسلت نفس البرقية من البلد الثاني إلى الأول.

ليس الأمر يسيراً دائماً على المراسل الإذاعي أو مراسل وكالات الأنباء أو المراسل الصحفي أحياناً حينما يريد أن يرسل نبأ إلى إذاعته إو إلى مركز الوكالة أو الصحيفة ذلك لأن وسائل الاتصال تختلف في دولة عن أخرى ، وفي بعض الدول يوجد نقص في وسائل الاتصال الصريع مما يعقد الأمر للمراسل ويجعل من العسير أحياناً إرسال النبأ الذي لاقي الصعوبات في سبيل الحصول عليه.

وإلى جانب ذلك يصادف المراسل الإذاعي ومراسل وكالات الأنباء ظروف معقدة أخرى مثل غموض المكالمات البعيدة أحياناً بين بلد وآخر بسبب وجود مسافات شاسعة بينها مما قج يتعذر معه التأكد من العبارات والكلمات المقصود بها ومن هذه الظروف المعقدة أيضاً اللغات واللهجات المختلفة التي يصعب أحياناً فهم بعض كلماتها مما يصعب العمل أيضاً بالنسبة للمترجمين.

السرعة... الإتقان... النزاهة.

المفروض أن وكالات الأنباء في تعاونها مع الإذاعات تعتمد على أمور ثلاثة السرعة... الإتقان... النزاهة. وهذه الصفات الثلاث كما نرى نت العسير أن تجتمع معاُ إلا بعد بذل المجهود المضني إذ ينبغي أن تقدم الأخبار إلى الإذاعات مجردة من أراء مراسليها فيها أو تعليقها عليها لأن التعليق عادة يكون مستقلاً تذيعه الإذاعات المختلفة كل حسب ما تراه ملائماً للسياسة العامة التي تسير عليها والدول التي تتحدث بأسمها.

وقد رأت بعض الوكالات أن يكون التخصص طابعها فمثلا رأت بعض الوكالات التي توجد في دول كبرى أن تعني بالأنباء المحلية والبعض الآخر بالأنباء الخارجية ووكالات أخرى تعني على السواء بالأنباء المحلية والخارجية لما وراء البحار_ وفي بعض عواصم أوروبا أكثر من عشرين وكالة للأنباء ولكن هذه الوكالات لا تقوم بما تقوم به الوكالات الكبرى على نطاق واسع وبقدر حياد الوكالة وسرعتها ودقتها في إعطاء الأخبار بقدر أقبال المشتركين عليها ونظراً لأن معظم هذه الوكالات تجرى على نظام الشركان فإن حملة الأسهم بطبيعة الحال يهمهم أن تسلك وكالتهم سبيل الحياد في إعطائها للأخبار حتى يقبل المشتركون عليها. وحق الشرف الإداري على الوكالة لا يعين وإنما يكون بالإنتخاب لمدة قصيرة تتجدد وذلك كلة ضمان لعدم تحكم شخص معين في هذه الوكالات.

وتشترك الإذاعات الكبرى في عدد كبير من الوكالات إلى جانب الوكالات العالمية زيادة الإلمام بالمعلومات في ميادين الأخبار المختلفة نظراً لأن بعض الوكالات تتخصص في لون معين من الأخبار والتحقيقات الصحفية.

ووكالات الأنباء الكبيرة عليها مسئولية كبرى بالنسبة للإذاعات والصحف والهيئات الأخرى المشتركة فيها وقد يزيد المشتركون في وكالة للأنباء على عدة مئات من الإذاعات والصحف ودور التليفزيون من جميع أنحاء العالم عليها تزويدهم جميعاً بالأنباء المنطوقة أو المصورة فهي تجمع الأنباء من جميع أنحاء العالم وتوزعها مرة أخرى على مشتركيها في جميع أنحاء العالم.

عرض الأنباء:

أما عن قصة عرض الأنباء ذاتها فإنه إذا كانت وكالات الأنباء تتغذى بها الإذاعات ودور التليفزيون والصحف على السواء فإن هناك اختلافاً كبيراً في العرض فالإذاعي لا يملك وسائل العرض كما يملكها الصحفي والمفروض أن المذيع يقرأ نشرة الأخبار بنغمة صوتية واحدة ولا يمكنه أن يلون كل خبر عند القراءة باللون الذي يتراءى له، وهذا ما تجرى عليه الإذاعات لأن طريقة التلوين الصوتي لفقرات الأخبار يخشى منه انصراف المستمع عن الاستماع فضلاً عن أن المذيع قد يخطي في تقدير أهمية الخبر ذاته بالنسبة للمستمعين وعلى هذا فإنه إذا كان الخبر الذي أعطته وكالة الأنباء إلى دور الإذاعات والتليفزيون وإلى الصحف هو هو، فإن الصحف لديها سواء من وسائل العرض ما يمكنها من إظهار أهمية الخبر سواء كان ذلك باختيار مكان الخبر أو طريقة كتابته والعناوين الجذابة أو حتى بلون الخبر الذي تطبع به أو عرض قصة الخبر مزينة بالصور إلى غير ذلك من الفنون الصحفية العديدة التي لا تتوفر لمحرر النشرة ولا للمذيع في الإذاعة عند إذاعة الخبر في الإذاعة.

ولقد أجرت بعض الإذاعات الطرق المختلفة لعرض الأخبار بصورة مؤثرة أو ملفتة وأجرت استفتاء خاصاً بذلك بين المتسمعين ولكن النتيجة التي وصلت إليها هي أن هذه الطريقة لم تجتذب المستمع وإنما جردت بعض فقرات الأخبار من قيمتها ولهذا فإن الصحفيين الذين يعملون في الصحف ووكالات الأنباء والإذاعات في وقت واحد لا يتبعون نفس الطريقة في كل منها وإنما يلاحظون الفروق في عرض الخبر وإمكانيات هذا العرض. وذلك على الرغم من أن الإذاعات تملك من ناحية أخرى إمكانيات في العرض مثل إذاعة صوتية للحوادث، والأخبار وهي صور حية تلقي إقبالاً من المستمعين.

وإذا كانت معظم وكالات الأنباء الكبرى كما ذكرنا تسير على نظام الشركات فإنها تجيد مجالاً من الحرية أكثر مما تجده الإذاعات غالباً وهذا من الأسباب التي تزيد من الإقبال على وكالات الأنباء كمصر يمد الهيئات المختلفة بالأنباء الدقيقة إلى حد كبير.

ونظراً لما لبعض الأنباء من تأثير على النواحي الاقتصادية والأسواق المالية في مختلف البلاد فإن هذه الأسواق المالية والشركات والمؤسسات التجارية... إلخ يهمها أن نحصل على الأنباء الدقيقة غير المحرفة حتى تسير على ضوء التطورات الجديدة فإن خبراً واحداً على جانب من الأهمية قد يدر على بعضها ربحاً وفيراً لا تنتظره كما أن خبراً آخر قد يؤدي إلى خسارة مادية كبيرة ولذلم فمن المفروض أن تعليقات المحرر في وكالات الأنباء وتفسيرة للأخبار واقديمها يخضع لاختبار دقيق في الوكالات الكبرى قبل إذاعته وكثيراً ما تعتمد هذه الوكالات على مندوب ومراسل معاً وأحياناً على عدد كبير منهم في مجال واحد إذا ما كان هذا المجال مسرحاً لنشاط ملحوظ يهتم به عدد كبير من الناس وخاصة المشتركون.

ومهما يكن من أمر الصلة بين الإذاعة ووكالات الأنباء فإن الإذاعات تحاول دائماً ألا تذيع الأنباء التي ترد إيلها من وكالات الأنباء دون تمحيص دقيق ذلك لأن بعض وكالات الأنباء لا تلتزم جانب الدفة والنزاهة في عرض الأخبار ولكن الإذاعات يمكنها أن تستفيد من هذه الأخبار أيضاً إذ تمكنها من معرفة الاتجاهات السياسية في الدول التي توجد فيها وكالة الأنباء وخاصة إذا كان معروفاً عن مثل هذا الوكالة إنها تتأثر بالاتجاهات السياسية الرسمية في هذه الدولة.

إرسال البرقيات:-

أصدرت اليونسكو أخيراً كتاباً بعنوان «إرسال البرقيات الصحفية» وهو يعرض للمشاكل التي تواجه مراسلي دور الإذاعات والتليفزيون والصحف ووكالات الأنباء فيما يختص بالبرقيات الصحفية وفي الكتاب دراسة تحليلية تتعرض لوساءل إرسال البرقيات الصحفية لطريقة سريعة وبأقل نفقات ممكنة كما يتضمن البيانات عن رسوم البرقيات الصحفية من المدن في ثمانين دولة.

من أمثلة التكاليف الباهظة للبرقيات أن إحدى وكالات الأنباء كلفت أحد مراسليها أن يسافر إبان الحرب العالمية الثانية إلى شمال أفريقيا ليصف لها الأعمال الحربية التي تقوم بها الحملة في هذه المنطقة وقد تكلفت البرقيات التي أرسلها في فترة وجيزة ما يقرب من ٢٥ ألف جنية على الرغم مما كان معروفاً عن مهارة هذا المراسل في الكتابة الصحفية.

وفي نهاية سنة ١٩٥٨ عقد الاتحاد الدولي للاتصالات البرقية والتليفزيونية مؤتمراً لدراسة النظم الدولية للبرق والتليفون. ومن المنتظر أن يبحث ذلك المؤتمر الاقتراحات التي وضعها اليونسكو والتي تتصل أتصالاً دقيقاً بذلك الموضوع ومنها تأليف لجنة مشتركة من اللجان الدولية للبرق والتليفون يعهد

إليها دراسة مشاكل الاتصالات البرقية والتليفونية مع الاستئناس في ذلك برأي الصحفيين البارزين في العالم.

ولم يفت اليونسكو أن تبحث المشاكل الخاصة بوسائل الاتصال بين دولة وأخرى واجتمعت اللجان المقترحة لدراسة ذلك الموضوع وإرسال الأسس الكفيلة بسرعة تداول الأنباء والاتفاق على أسعار معقولة لتيسير أعمال الصحفيين والمراسلين وقد وضعت أمام المختصين الاقتراحات الآتية:

(١) خفض الأجور الخاصة بالبرقيات والمراسلات الصحفية وبحث الوسائل الكفيلة بالإسراع في إرسال المواد الصحفية عن طريق الراديو.

(٢) تخصيص بعض الخطوط التليفونية للأعمال الصحفية والاتفاق على أن تكون أجورها مخفضة.

(٣) تعميم فكرة دفع أجور التلغرافات بعد استلامها وبحث تعميم هذه الفكرة بالنسبة للمكالمات الصحفية بين الدول وبعضها مع بعض.

تأثير مشترك لوسائل الإعلام:

المادة الإخبارية التي يبعث بها مراسلو الإذاعات والتليفزيون ووكات الأنباء تلعب دوراً هاماً في التأثير على التفاهم بين الدول والشعوب ولهذا وجب على هؤلاء المراسلين أن يراعوا الدقة فيما ينشرون من أخبار وأن يتوخوا الحقيقة المجردة بصرف النظر عما يعترضهم من صعاب في سبيل الحصول على هذه الحقيقة حتى لا يكون فيما ينشرون من أنباء محرفة إثارة لسوء التفاهم بين دولة وأخرى أو بمعنى آخر ينبغي أن يكون عرض الحوادث عرضاً موضوعياً.

أحياناً يقع بعض مراسلي الإذاعات ووكالات الأنباء في الخطأ عن غير قصد نتيجة لعدم الكفاية أو لعدم معرفة أحوال البلاد التي يكتبون عنها معرفة

دقيبقة تقيهم الخطأ، والمراسل الإذاعي الذي يقع في الخطأ عن غير قصد يوقع غيره فيه أيضاً فإن المعلق على خبر غير صحيح يكون تعليقه أكثر خطأ. ولذلك فإن معاهد الصحافة والجمعيات الصحفية العالمية تبذل قصارى جهدها في الوقت الحاضر لتلافي هذا النقص المهني بقدر المستطاع بطرق مختلفة منها تبادل المعلومات الصحفية وتبادل الصحفيين أنفسهم ورفع المستوى العلمي والمهني ودعم الصلات بين الصحفيين في الدول المختلفة.

ولقد رأت بعض الهيئات الصحفية العالمية أن تقرب المسافة بين صحفيي الشرق والغرب وتخلق جواً من التفاهم وتيسر تبادل المغلومات بينهم فنظمت حلقات دراسية لفترات قصيرة تضم بعض الصحفيين والمشتغلين بالإذاعات ووكالات الأنباء من الشرق والغرب وذلك بالقرب من زيوريخ.

في سويسرا وقد فتح هذا الباب للصحفيين المحترفين الذين يعهد إليهم تحرير الأنباء الخارجية بلغات مختلفة. وموضوع هذه الدراسة يتناول كثيراً من المعلومات العامة وعمل وكالات الأنباء ورسالتها والثقافة الصحفية العالية وقيمتها في تقريب وجهات النظر بين الشرق والغرب، كما تتناول هذه الدراسة أيضاً أهم المسائل السياسية والاقتصادية التي تشغل الأذهان في العالم ويعرض كلا مها صحفي من البلد الذي توجد فيه هذه المشكلة.

وهذه الدراسة تفيد ولا ريب في تزويد مراسلي وكالات الأنباء بالإذاعات والصحف_ بالمعلومات الصحيحة من مصدرها الأصلي كما تفيد بصفة عامة في غهم المشاكل الدولية.

وبعد فهذه لمحة عن الإذاعة ووكالات الأنباء والصلات بينهما قصدنا بها توضيح عمل كل منها بالنسبة للأخرى وأهمية ذلك العمل بالنسبة لدور الإذاعات والتليفزون ووكالات الأنباء وهو كذلك بالنسبة للصحف والخطأ

الذي يصيب ذلك العمل ليس خطيراً بالنسبة للإذاعات ودور التليفزيون ووكالات الأنباء والصحف فحسب وإنما يرثؤ تأثيراً خطيراً في العلاقات الدولية والسلم العالمي.



الباب الثالث

معالم الشخصية وتأثرها بالصوت والصورة

الشخصية نتاج لتفاعل عوامل مختلفة أهمها العامل البيولوجي والعامل النفسي إلى جانب العوامل الأخرى المادية والاجتماعية.

ويستهدف الخبراء في الإذاعة الصوتية والمرئية في أبحاثهم مراعاة العوامل المختلفة في تكوين شخصية المستمعين والنظارة.

ومن المعروف أن الوراثة تقدم المادة الخام والمدرسة والأسرة تقدم الشكل لهذه المادة وبشرك البعض الإذاعة في الوقت الحاضر بعد أن ظهرت كقوة إلى جانب المدرسة والأسرة في تشكيل المادة وصقلها.

لكل من المستمعين والنظارة شخصيته وفي نظر الفلاسفة الشخصية هي مجموعة أوجه النشاط التي تكشفها الملاحظات الفعلية لمدة طويلة، وبمعنى آخر مجموع الخصائص والصفات للفرد بما يتمايز به عن غيره.

فإذا كان الأمر كذلك فإن مزاج المستمع يعد من مقومات شخصيته. ولهذا ذهب يونج **jung** إلى تصنيف الناس وفقاً لأتجاههم النفسي وطبيعة الحياة عندهم إلى منبسط ومنطو.

وطراز أحد من المستمعين والنظارة المنبسط يتأثر تأثراً واضحاً بالبرامج خاصة برنامجاً خفيفاً شيقاً بينما لا يتأثر المنطوي تأثراً كبيراً ببرنامج ما حتى ولو كان برنامجاً مستحباً ناجحاً.

فإذا كان من طراز الشخصية الأولى فهو يقبل على سماع البرنامج في شغف وحيوية ويترقبه وينتظره ولا يحفل بالنقد ولا يهتم بالأمور الصغيرة، ويصرح بما في نفسه بشأن البرامج.

إما إذا كان المستمع من الطراز الثاني فهو يعني بالتفاصيل ويبالغ في قيمة الأمور الصغيرة الشأن ويهتم بنقد المواد المذاعة.

وليس معنى هذا أن المستمع المنطوي ضعيف الحيلة قاصر التفكير فقد يكون ناقداً بارعاً أو طموحاً.

ولذلك فدراسة رغبات المستمعين والنظارة ونقدهم لا تبنى على آراء فئة من دون غيرهم وإنما تبنى على دراسة واسعة شاملة لكل طراز من طرز شخصياتهم.

الفصل الأول

دراسة شخصيات المستمعين والنظارة:

ويحاول البعض في دراساتهم للمستمعين والنظارة أن يربط بين المعلومات التي جمعها عنه وبين آرائه في البرامج، فيربط البعض بين المميزات الجسمية عند الرياضيين مثلا والمميزات المزاجية لهم وبين من تغلب عليهم قوة العاطفة أو من تتوفر لهم ميزات اجتماعية خاصة أو من يتميز بقوة عقلية تعتمد على الثقافة العالية، يربط بين آراء هؤلاء وبين المميزات الشخصية لهم.

غير أن كثيراً من الباحثين يرون الإعتماد في أبحاثهم على المميزات المزاجية والخلفية أكثر من غيرها، ويرون أن الصفات الأساسية للمستمعين والنظارة ليست مستقلة استقلالاً تاماً عنهم.. فلا يمكن دراستها مستقلة عنهم وإنما تدرس الشخصية دراسة عامة شاملة مع الاهتمام بعامل السن لما يلعبه من دور كبير في نمو الشخصية.

والواقع أن هذا النوع من الدراسة معقد ويتسم بالعمق ذلك لأنه ليس هناك ما يمنع الشخص المنطوي مثلاً من أن يكون متفائلاً مرحاً أحياناً إذا صادفته ظروف خارجية تساعده على المرح.

والعكس بالعكس فليس المنبسط منبسطاً دائماً وليس المنطوي منطو دائماً وعلى ذلك فلن تسلم دور الإذاعاات والتليفزيون من نقد أولئك وهؤلاء أحياناً.

لذلك اعتمد الخبراء في أبحاثهم على وسائل ومقاييس ويؤخذ متوسط هذه

المقاييس كما يؤخذ متوسط التقديرات بما فيها من آراء معتدلة ومغالية.

طريقة الاستبيان: Questionnaire

وطريقة الاستبيان أو الاستخبار كما يسميها البعض **Questionnaire** هي إحدى الطرق العلمية الكمية في الدراسة والتي تعتمد عيلها إلى حد كبير إلا أنه لا يمكن الاعتماد اعتماداً كلياً على هذه الطريقة دون غيرها لما فيها من مسائل تعتمد على التقدير أحياناً.

هذه الطريقة تتلخص في الإجابة على أسئلة مكتوبة معينة تتسم بالوضوح والدقة وهي ذات شأن كبير في التشخيص إذا كانت الإجابة صريحة ودقيقة.

ويكون قدر الفائدة التي تعود من وراء هذه الطريقة بقدر براعة وضع الأسئلة ودقيقة الإجابة عليها إذا من المفروض أن تكشف الإجابة على هذه الأسئلة عن اتجاهات الفرد بما يفيد في تكييف البرامج.

ويرى بعض النقاد أن هذه الطريقة قاصرة، ذلك لأن بعض المستمعين عند إجابتهم على الأسئلة الموضوعة غير قادرين على الكشف عما في قرارة نفوسهم والتعبير عنها بدقة خالصة إذا كانت الأسئلة عميقة، هذا فضلاً عن المجاملات في الإجابة أحياناً إلى جانب أن البعض يشعر بالضيق أو الحرج عند توجيه بعض الأسئلة إليه فلا يجيب عنها بصورة دقيقة وأكثر من ذلك فإن بعض الإجابات تكون قد صدرت من بعض المستمعين في وقت من أوقات تعبهم الذهني فلا يعول عليها.

وإذا وجهت الأسئلة إلى فتى في سن المراهقة مثلا فكثيراً ما يتعذر معرفة رأيه تماماً ذاك لأن الفتى المراهق يعيش في منتصف الطريق بين الطفولة والرجولة وفي هذه المرحلة من السن كثيراً ما ينتقد المرء نفسه وأراؤه وأراء الآخرين أيضاً،

ويتصور نفسه في صور مختلفة فتارة يستمع إلى ركن الطفل فتعجبه الأساطير والشخصيات الخيالية التي يتمنى أن يكون له دور فيها وتارة يتخيل نفسه البطل في هذه الأساطير.

هذه هي بعض الأمثلة للدلالة على أن طريقة الأستبيان وإن كان بها بعض المزايا فإن لها بعض العيوب، ومع ذلك فتعتبر وسيلة من الوسائل الهامة للتعرف على وجهات نظر المستمعين والنظارة.

الصور الذهنية:

المقصود بصور البرامج هنا الصور الذهنية التي تثار في ذهن المستمع أو الرائي نتيجة للاستماع أ رؤية أحد البرامج.

والصوت الصادر من الراديو سواء أكان كلمة أو أغنية أو مقطوعة موسيقية ينساب إلى الأذن فيثير في ذهن المستمع صوراً مختلفة مثال ذلك إذ استمع المستمع إلى أغنية ما فأثارت في نفسه ذكرى صديق غائب.. فإنه يستطيع أن يتمثله وأن يسمعه، فالصورة الذهنية التي تثيرها أغنية مثلا عبارة عن صورة حية يستحضرها المستمع إلى ذهنه.

أما الإدراك الحسي فهو إدراك شيء موجود بالفعل عن طريق الحواس، بينما التصور الذهني هو استحضار هذا الشيء نفسه إلى الذهن.

وليس معنى هذا أن المستمع إذا استمع إلى برنامج فيستلزم ذلك أن تتولد في ذهنه صورة ذهنية، ذلك لأن الإنسان يسيتطيع في وقت من الأوقات أن يستحضر الماضي دون أن تتكون في ذهنه صورة ذهنية.

فإذا استمع المستمع إلى أغنية الكرنك مثلا فيستطيع أن يتخيل معبد الكرنك وقد تتكون في ذهنه صورة لمعبد الالكرنك وقد لا تتكون هذه الصورة

وإنما لو سئل أن يصف المعبد وكان من قبله قد رآه فيستطيع أن يصفه وصفاً دقيقاً، وذلك دون أن تتألف في ذهنه صورة ذهنية.

الخيال عند المستمع هو استحضار واسترجاع لبعض الصور الذهنية لأمور واجهته في حياته ويقول البعض أن استرجاع الصور الذهنية على وجهه الأول هو استرجاع صور حوادث معينة دون أن يعمل على تبديلها.

والثاني هو التخيل التأليفي ومعنى هذا أن الفرد يحاول أن يخلق من موضوع صادفه في حياته صورة جديدة، وتوضيحاً لذلك نقول أن المستمع إذا أنصت إلى حديث إذاعي مثلا فهو يتابع الاستماع إلى المتحدث مدركاً المعاني التي تنطوي عليها الكلمات والجمل والأفكار التي يرودها وقد يخرج من هذا بفكرة أو بمعرفة جديدة فهو في هذه الحال لم يحور الفكرة أو الموضوع الذي استمع إليه، وإنما أدركه مستعيناً في ذلك بحواسه، أما إذا أوحت فكرة من هذا الموضوع المذاع إلى المستمع بموضوع آخر له علاقة بالأول وأنشأ في ذهنه صورة مستمدة من حياته السابقة، فإن هذا التخيل هو ما يسمونه بالخيال الإبداعي.

ومن الطريف أن طراز المستمع نفسه يؤثر على نوع التخيل، فإذا كان المستمع من المشتغلين بالعلوم العلمية مثلا فغالباً ما تسيطر على أفكاره الناحية العلمية، ويتقيد بالنظريات والبديهيات ونواميس الكون. أما إذا كان من الفنانين فإنه يسترسل في أفكاره وفي تخيله الإبداعي ولا يقف عند حدود ولا يتقيد بقيود بل قد يصل في خياله الإبداعي إلى العالم المجهول.

ومهما يكن من أمر فإن الإدراك عن طريق الحواس هو الدرجة الأولى من درجات المعرفة وتعقبه عمليات أخرى عقلية كالتذكر والتخيل.

على أن الإدراك نفسه ذو درجات لأن هناك بعض الأفكار والموضوعات

تحتل جزءاً من ذهن المستمع أكثر من غيرها بينما لا يكون غيرها في نفس الوضوح مثال ذلك إذا نظر إنسان إلى شاشة التليفزيون فإنه يرى الصورة المرتسمة على الشاشة بينما لا يلتفت إلى الفراغ الذي يحيط بها وكذلك الحال عند الاستماع فإن المستمع يستمع إلى الغناء ولا يكاد يحس بالموسيقي أثناء مصاحبتها للغناء وإذا استمع إلى خطيب فإنه يتتبع كلماته ويفهم ما ترمي إليه وذلك دون أن يميز الضوضاء التي يثيرها الناس أثناء إلقاء الخطيب لخطبته.

مراحل الإدراك

ويقسم الفلاسفة الإدراك إلى ثلاث مراحل:-

الأولى مرحلة الروز **Syncretism**

والثانية مرحلة التفسير **Differentiation**

ثم مرحلة التكامل **Integration**

على أن خيال المستمع نفسه مقيد أحياناً فإنه إذا رأى صورة شاشة التليفزيون ويريد أن يتخيلها ليرسم صوراً مشابهة لها مقيد في خياله بما رآه. ومن الطريف أن الصورة الذهنية التي تتكون لدى الأطفال عند سماعهم لمادة مذاعة أو رؤيتهم لشاشة التليفزيون كثيراً ما تكون أوضح من الصور التي تتكون لدى الكبار وخاصة في السن من الثالثة حتى السادسة.

والذين ينتقدون برامج الإذاعة التي تعالج الجريمة يرون في إذاعة أخبار الجريمة ورؤيتها في التليفزيون أثراً كبيراً على الأطفال مستندين في ذلك إلى أن الطفل في السن من الثالثة حتى السادسة كثيراً ما يمتزج عنده الخيال بالواقع ويكون شغوفاً بالمحاكاة محاكاة الكبار فيما يفعلون فإذا رأى هؤلاء أعمال العنف التي ترتكب في الجرائم فإنه يكون شغوفاً بتقليد الصورة التي يراها وأكثر من

ذلك فإن الأمور غير الممكنة نفسها تكون في ذهن الطفل في هذا السن أموراً ممكنة مما يساعد على الشذوذ في التصرفات نتيجة للتأثر بصورة ما من الصور ويقول **Woodworth** في كتابه **Psychology** أن من الواجب دراسة كيفية تفاعل الشخص مع المحيط الذي يعيش فيه وما يسمع ما يرى وما يفعل ثم دراسة سيطرة الشخص على نفسه بعد ذلك.

والواقع أن على الإذاعات ودور التليفزيون مسئولية كبيرة نحو المستمعين والنظارة في العصر الحديث ذلك لأنه من المسلم به أن تحاول الإذاعات العمل على التخلص من التقاليد والعادات القديمة التي لا تتفق والمثل العليا. فعليها أن تعالج نفسيات المستمعين والنظارة الكبار، ونفسيات الصغار قبل أن يكبروا وتكبر معهم عيوبهم ومتاعبهم وعليها أن تقدم المعونة بقدر المستطاع لمن يطلبها للأسهام في حل المشاكل التي تصادف المستمعين والنظارة أفراداً وجماعات.

وإلى جانب هذا، عليها أن تحاول بعد ذلك أن توجه الفرد إلى أن يكون مواطناً ناجحاً ولا يكون ذلك بالقاء الأحاديث والنصائح فحسب وإنما بالعمل المتواصل على تكوين العادات الوجدانية الرقيقة وتكوين العادات الفكرية السليمة لديه، فليست المادة المذاعة غاية في ذاتها، وإنما هي وسيلة للمساهمة في تكوين شخصية المتسمع والرائي.

الفصل الثاني

الأثر المتزايد للصوت والصورة في النشء

وسائل التلقين والنشء

تلعب حاسة النظر إلى جانب حاسة السمع دوراً كبيراً في تلقين اللغة بالنسبة إلى النشء ويقول بعض علماء النفس أن الطفل مولع بتقليد الصور التي يراها وهذا مما جعل للتلفزيون أثراً كبيراً على الأطفال خاصة في بعض مراحل الطفولة.

ومن المعروف أن الطفل عند رؤيته لحركات الشفاه عندما يتكلم غيره أمامه، يحاول تقليد الكلام، ولكن هذا التقليد لا يتم في رأي بعض علماء النفس إلا إذا كان مقترناً بالرؤية. وتسمى فترة التقليد هذه بمرحلة «التمرينات النقطية» والمحاكاة عند الأطفال تسبق تقليد الأصوات فالمرحلة الحركية الناجحة عن الرؤية تبدأ قبل المرحلة الحركية الناجحة عن الصوت.

ويدلل علماء النفس على رأيهم هذا بأن الطفل الأكمه– أي الذي يولد أعمى– يستلزم وقتاً أطول في تعليم اللغة من الطفل المبصر. فالحركة المنظورة لها أهمية قصوى عند التقليد: وهناك نظرية فلسفية تقول أن التقليد يمكن أن يتم عن طريق العين فقط دون الأذن.

علىأن هذه النظرية يعارضها البعض فيقولون أن الأطفال لو كانوا يعتمدون في تقليدهم على محاكاة ما يرون فقط من حركات الشفاة ما كان في الإمكان أن يتقبل الطفل أي لون من ألوان الإصلاح، كما قد يعتذر عليه محاكاة بعض

أصوات اللغة التي سوف ينطق بها.

ويقول المعارضون لهذا الرأي أن الطفل كثيراً ما يقلد الأصوات والحركات اللفظية دون أن يرى مصدرها فقد يسمعها من الراديو دون أن يراها ومع ذلك يقلدها ويحسن تقليدها بينما لم ير المتكلم أو المطرب.

ويرى البعض أن تقليد الطفل لصوت ما واهتمامه برؤية مصدر هذا الصوت لتقليده أنما هذا أمر فطري فإذا رأى الطفل صورة يتتبع الحركة على شاشة التليفزيون ولا هدف له في تقليدها وإنما برغبة الرؤيا والاستطلاع الفطري.

ويؤيد بعض علماء النفس هذا الرأي فيقولون أن رؤية الصورة المتحركى وتتبعها هو من قبيل «ألعاب الحواس» كما يسميها هؤلاء، أما أن تقليد الأطفال للكلمات التي تكثر فيها الحروف الشفوية الصادرة عن الشفاة) يكون قبل تقليد الكلمات التي تكثر فيها الحروب الحلقية، فهذا لا يتضح دائماً عند جميع الأطفال.

وهناك رأي يقول أن الطفل الذي لا يبصر لا يستطيع التقليد كغير المبصر لأن الصورة وسيلة هامة من وسائل التلقين وتساعد الطفل على سرعة النطق والتقليد وليس الصوت وحده كاف لسرعة التلقين مما يؤدي إلى فوات الفرصة على الطفل الأكمه في الأستفادة من الصور ومنها المواد التعليمية والتثقيفية، فحركة اليد عند الكلام إلى جانب حركات الشفاة تساعد ولا شك على سرعة التلقين، وعدم استطاعى الطفل الذي لا يبصر رؤية وسائل التلقين يضيع عليه الفرصة، ولكن هذه الفرصة لا تضع كلمة وإنما يتأخر فهمه وإدراكه عن غيره من الأطفال المبصرين.

ومهما يكن من أمر فإن المتتبع لهذه النظريات الفلسفية يمكن أن يخلص منها إلى أن الصوت إلى جانب الصورة من أهم الرسائل التي تساعد على التلقين، فالصوت وحده والصورة وحها لا يمكن أن تفي بالغرض على الوجه المنشود.

فاللغة هي القالب الذي ينصب فيه الفكر وهي الوسيلة للعلم والعرفان.

وإذا ما تكلمنا عن الصوت والصورة وأثرهما في المراحل الأولى من حياة النشء فإننا تستطرد مستعرين الصوت للراديو والصوت إلى جانب الصورة بالنسبة للتليفزيون.

انطباعات الأفراد في الأسرة:

الصوت والصورة عاملان حيويان ويلعبان دوراً كبيراً في حياة الأفراد اليومية العادية ويتصلان بالأنفعالات المختلفة لكل فرد مادام يستطيع أن يسمع ويرى، كما يستطيع أن يحس بها أولئك الذين يطلق عليهم علماء النفس من ذوي «الأنقاض السمعية» وهي الأحساسات بالكلام أحساساً ضئيلاً لدى بعض الناس الذين يعتقد أنهم في حالة صمم كامل. مما لا يضيع الأمل كلية في الأخذ بيد هؤلاء، واستغلال هذه الأحساسات استغلالاً يمكن يمكنهم من الإستفادة بعض الشيء من برامج الأذاعتين الصوتية والمرئية.

وتتجه الأنظار الآن في كثير من الدول إلى الإذاعة المرئية خاصة كما اتجهت إلى الإذاعة الصوتية من قبل وأخذ الاهتمام بها يتخد شكلاً عاماً وإن كان في بعض مظاهره لا يخلو من التخصص أي أن بعض هذه الدول لم تكتف بأن يكون للإذاعيتن الصوتية والمرئية دراسات خاصة بها وإنما خصصت في بعض الجامعات كراس للراديو والتليفزيون تهتم في بعض نواحي دراساتها بالعامل الإقليمي.

ولما كانت الإذاعة الصوتية قد مرت بمرحلة التنافس بين دورها المختلفة ولا تزال كذلك فإن التليفزيون يمر بنفس المرحلة وتتضح هذه المنافسة في المعارض الدولية حيث تعرض أعمال المتخصصين في التليفزيون مثل أعمال الديكور وغيرها، وحيث يتنافس فنانو الدول المختلفة في تقديم أنتاجهم القائم، وليس فقط على الأساس الفني وإنما على قلة التكاليف في نفس الوقت. وليس معنى هذا أن الاقتصاد في النفقات هو الهدف وإنما الناحية الفنية بطبيعة الحال هي التي لها المقام الأول، وقد أتاحت هذه المعارض الدولية للدول المختلفة فرصة الأطلاع على إنتاج بعضها البعض مما يعود بالفائدة على كثير من الدول المختلفة في هذا الميدان.

ومظراً لتغلغل كل من برامج الإذاعتين الصوتية والمرئية في حياة الأسرة فقد اهتمت دور التليفزيون خاصة بأقر ما تقدمه من برامج في حياة النشء، اما لاحظته من شدة إقبال الأطفال على مشاهدة برامج التليفزيون، وتألفت لجان في بعض دور الإذاعات اشترك فيها أولياء أمور الطلبة، للتعاون المشترك لتوجيه البرامج الوجهة المناسبة، حتى لا يصبح مشاهدة التليفزيون مشكلة بالنسبة لأولياء الأمور.

وقد اتجه التليفزيون في السنين الأخيرة وجهة ذات فائدة كبيرة في النهوض بالمستوى الصحي، فخصصت دور التليفزيون برامج للدعاية الصحية خاصة للنشء.

البرامج الخاصة بالنشء وتبادلها:

ويقول **G. M. Borag** في مقال له عن الدعاية الصحية في برامج التليفزيون أن الهيئة الصحية العالمية **World Health Organization** **(W. H. O)** لاحظت أنه بالرغم من قصور الإمكانيات المادية في بعض الدول

إلا أن التليفزيون، بتقديمه برامج الدعاية الصحية يتجه بهذه البرامج وجهة عامة تشترك فيها معظم الدول وهذه البرامج لا توجه إلى فئة معينة أنما للنظارة على اختلاف فئاتهم بعكس بعض البرامج التي توجه بصفة مستمرة إلى فئة واحدة.

وتعد بعض دور الإذاعة والتليفزيون البرامج التعليمية التثقيفية لمدة عام مقدماً وتتغير الفقرات بعد ذلك تبعاً للظروف وتتناول هذه البرامج الموضوعات الآتية:

١) برامج تثقيفية للنشء وهدفها زيادة معلوماتهم.

٢) برامج تثقيفية واجتماعية في نفس الوقت لتنمية الوعي العلمي والأدبي والفني.

٣) برامج تثقيفية ليس لها لون ثابت.

٤) برامج اجتماعية وتثقيفية في نفس الوقت لتنمية الوعي العلمي والأدبي والفني.

٥) البرامج التي تتناول الأعلام والتعليقات والتي لها صفة التثقيف والإحاطة بما يدور في العالم، ومعرفة نواحي تقدم المجتمع الدولي.

ونظراً لأن بعض برامج التليفزيون باهظة التكاليف فقد درجت دور الإذاعات والتيفزيون على تبادل البرامج فيها بينها خاصة البرامج التي تلقي إقبالا عليها من النظارة، على أن هذا التبادل لا يكون دائما على أساس متعادل كما هو الحال بين بلاد اسكندريناوة، وتبادل البرامج بين الدول المشتركة في إلايروفزيون الأوروبي **Eurovision** على شكل واضح ولكن ليس على أساس متعادل دائماً ومثالاً لذلك ووفقاً لآخر إحصاء سنة ١٩٥٩ فإن نسبة التبادل في الـ **B BC** هي ٣٥% من برامجها، **RTF** ٥٠% و **CLF**

٢٦% RMC ٦٥% NTS ٢٩%LTA ٢%.

وهكذا تبين مدى اختلاف نسبة التبادل وذلك على أساس مدى الإقبال على البرامج بألوانها المختلفة وأثر البيئات المختلفة إلى جانب الإمكانيات المادية والفنية. التي يراعي عند تقديمها للتأثير في فئة معينة.

وقد تعاونت الدول فيما بينها تعاوناً وثيقاً في برامج الدعاية الصحية بصرف النظر عن لونها السياسي حتى وصل عدد المشاهدين للبرامج الصحية أضعاف غيرهم من مشاهدي البرامج العادية.

ويتناول عرض الفيلم أداء معيناً ويبدأ بمقدمة عن بداية ظهور هذا الداء ثم أعراضه ونتائجه ويدعو إلى التآزر في مكافحته وراء كبار الأخصائيين العالمين في طريق مكافحته والأدوار الجديدة المكتشفة لمقاومته. ومن الطريف أن بعض هذه الأفلام تجعل من بعض الأمراض مشكلة تهم الأفراد جميعاً بل والدول جميعاً حتى يتعاون الجميع مع المؤسسات الصحية العالمية للقضاء على هذه الأمراض.

وأحياناً تقديم هذه الأفلام القصيرة في شكل تحذيرات مصورة، ونظراً لأن هذه الأفلام تقدم إلى تانظارة ومنهم من يتكلم بلغة مخالفة فقد أعدت بعضها بلغات مختلفة حتى تكون الفائدة أعم كما تناولت فصول السنة المختلفة نظراً لأن لكل فصل من فصول السنة الأمراض التي تكثر فيه بصفة عامة.

وتتولى الدول الأتفاق على هذه البرامج في حدود القيمة العملية لها ويقول بعض المعلقين على هذه الأفلام أن هناك فئتين من الناس أصحاء، ومرضى يريدون أن يعرفوا كل شيء عن أمراضهم، وأصحاء يريدون أن يحيطوا هؤلاء علما بذلك.

البرامج التثقيفية والتعليمية في التليفزيون تختلف بعض الشيء عنها في

الراديو فهناك مجال واسع للتخصص في برامج الراديو نظراً لطول ساعات الإرسال ومع ذلك فإن بعض دور الإذاعات العالمية تقسم برامج التليفزيون الثقافية والتعليمية لتتناول موضوعات عدة سبق الإشارة إليها.

والذي يهمنا هنا أن نشير إلى أن برامج التيفزيون التثقيفية تتجه إلى الناحية العامة غالباً، فما يهم النظارة معرفته بشكل عام ولذلك أصبح من الضروري بالنسبة إلى التليفزيون ليس فقط تصوير حياة الناس التي يشاهدها الفرد كل يوم في حياته العادية دائماً، وإنما إظهار الأشياء القادرة وغيرها المعروفة في قالب فني مصور وفي قطار جذاب وعلى هذا يراعي عند تقديمها الناحية التثقيفية أو التعليمية والقالب المسلي الذي يجتذب الأنظار ويتقبله الأفراد دون ملل.

ولعل من أهم الأمور التي تستخدم فيها الصورة والصوت معالجة المشكلات الاجتماعية مثل مشكلة الأحداث فهي من المشاكل النفسية والاجتماعية في نفس الوقت، وتحتل جانباً كبيراً من تفكير المفكرين والمصلحين بل ويعدها بعض هؤلاء من أهم المسائل التي ينبغي أن يهتم المجتمع بإيجاد حل لها، وذلك لأن عدد المنحرفين متزايد دائماً وأن سعادة هذه الفئة من الناس يتوقف عليها إلى حد كبير سعادة بقية فئات المجتمع.

وإذا كان من المعروف أن الصوت والصورة لا يمكن الاعتاد عليهما فقط في تعليم المستمعين عواطف جديدة إذ أن هذا يكون غالباً عن طريق التحليل إلا أن حياتنا الحاضرة تاخذ القالب الذي اكتسبناه من خبراتنا الماضية. وعلى هذا فإن أية مشكلة من مشكلات الشباب يمكن أن ينظر إليها في خلال الماضي حتى يمكن معرفة تبرير هذه المشكلة وجذورها. والحاضر متصل غالباً بالماضي.

وأن الدراسات السيكولوجية التي تهدف إلى أرتقاء الحياة النفسية عن طريق استخدام الصوت والصورة تتخذ أشكالاً معقدة وإن كانت كؤتلفة وتتناول الأطوار المختلفة لها.

وكان لا بد في الأطوار المختلفة للسمع، من أن تتطور وسائله أيضاً كما كان لابد أن يتطور التصوير من رؤيته القديمة، التي كانت قائمة على النظر بالعين، إلى رؤية جديدة تتعدد فيها المنظورات وقد أدى التطور إلى الإقلال من شأن الوسائل السمعية والبصرية القديمة وظهرت الوسائل الجديدة التي تتفق ونظم الحياة الاجتماعية الجديدة.

الفصل الثالث

دور الإذاعة والتليفزيون معالجة جنوح الشباب

في سنة ١٩٥٥ عقد مؤتمر عالمي ضد عدداً كبير من الخبراء العالميين يمثلون أكثر من ستين دولة وذلك في مدينة جنيف لتبادل وجهات النظر في مشاكل المجتمع والأساليب العلمية الحديثة لوقائة المجتمع، ومحاولة إصلاح الخارجين على القوانين وغير ذلك من المسائل التي أزدحم بها حدول الأعمال وقد أحتلت جنوح الشباب الصدارة، ونالت قدراً عظيماً من عناية هؤلاء الخبراء واهتمامهم.

والواقع أن كثيراً من الدول عنيت بهذه المشكلة عناية كبيرة باعتبارها أصلاً لعدة مشاكل أخرى فرعية تؤثر تأثيراً كبيراً في حياة المجتمع.

الحياة الخلقية بعض مادة الفن:

أداة الفن، الفكر فينبغي أن يكون الفكر ضابطاً لمادة الفن في علاجها للخير والشر ويمكن أن يستخدم الفن في دعم الحياة الخلفية للأفراد والجماعات ولهذا فقد عنيت كثير من الدول بالإيحاءات السمعية والبصرية وتوجهها والهدف منها، فالإنسان يمر بفترات مختلفة في حياته وفي سن معينة يخضع للمؤثرات الخارجية، كما أن النفس الإنسانية عند البعض في هذه الفترة لا تستسيغ الأفكار القديمة كمت أن الدوافع النبيلة نفسها إذا لم توجه التوجيه الصحيح فقد تدفع الإنسان إلى أرتكاب الحماقات.

ولا ولا يتسع المقام هنا لمناقشة أراء كبار الفلاسفة أمثال شوبنهور وبرونو

Bruno وليبنتز **Leibniz** وغيرهم حول الإنسان والعالم وما فيه من رغبات جامحة لا تهدأ كما هو الحال في رأي شوبنهور أو عن الإنسان والتناسق والإنسجام والعظمة في الكون في رأي برونو أو عن الإنسان والنظرة المتفائلة التي ينظرها ليبنتز إلى العالم وأنما نريد أن نقول أنه مهما اختلفت الأراء حول الإنسان أو العالم وانطباع الفضائل أو الرذائل فإنه مما لا ريب فيه أن الإنسان في سنه المبكر محتاج لعناية خاصة لحمايته من الجنوح.. فما هو الجنوح؟ وما هي مشكلة الجنوح. وهل هناك علاقة بينها وبين الإذاعات والصحف ودور النشر... الخ.

مشكلة جنوح الشباب:

يقول بعض علماء النفس أن المقصود بجنوح الشباب هو خروج الشباب على القوانين الوضعية أو الخلقية سواء كان ذلك سراً أم علانية. وليس لهم بالنسبة لعلماء النفس هو النظر إلى هذا العمل في ذاته فحسب وإنما المهم أيضاً معرفة جذوره وكيف نبتت هذه الصفات الضارة وكيف تنمة حتى تصل بالطريق العملي إلى مجافاة القوانين الوضعية والخلقية.

العوامل التي تساعد على جنوح الشباب:

أهم العوامل التي تساعد على جنوح الشباب هي:

١) الضعف الذاتي الخلقي والديني.

٢) التفكيك بين أفراد الأسرة.

٣) عدم الإنصياع لنصائح الآباء وتعاليمهم.

٤) انتشار المواد الفنية التي تثير كوامن الشعور.

٥) انتشار الأفكار والمذاهب الجديدة التي تتعارض مع القيم الخلقية.

وقد راعت الإذاعات في كثير من الدول دورها الهام في بث الروح الدينية والخلقية ومراعاة ذلك في إنتاج مواد البرامج بمعنى الأتجاز مادة يكون هناك تعارض بينها وبين التعاليم الدينية والمقاييس الخلقية.

كما تقوم الإذاعات والتليفزيون أيضاً بتخصيص برامج مختلفة لأفراد الأسرة جميعاً مثل برامج الأطفال والشباب والآباء... الخ وفي مثل هذه البرامج إيحاء بالتعاون والتفاهم بينهم جميعاً، كما تتجنب الموضوعات التي تثير الفرقة بين أفراد الأسرة الواحدة: أما الأفكار والمذاهب الجديدة فتعالج بطريقة خاصة بحيث توحي بتجنب يمكن أن يكون فيها من تأثير ضار.

وقد اتفقت أراء كثير من الخبراء على أن الأسرة المتفاهمة والمتعاونة فيما بينهل تساعد على وقاية شبابها من الجنوح أو بمعنى آخر أن تدعيم الأسرة يساعد على حماية المجتمع من الجنوح.

على أن وسائل تدعيم الأسرة في بلد قد تخالف وسائل تدعيمها في بلد آخر، والسبب في ذلك هو اختلاف التقاليد ولذلك ينبغي أن تكون الوسائل من حيث تؤلف بين النشء وبين المجتمع الذي يعيشون فيه.

ومن الخكأ إلقاء التبعة دائماً على الآباء إذا لوحظ الجنوح على الأبناء فهؤلاء الذين يلقون التبعة دائماً على الآباء يتساءلون لماذا لا يرشد الآباء الأبناء إلى ما يقرأون من الكتب وما يرون من الأفلام في الدور السينمائية أو يسمعون من برامج الإذاعات ومشاهدة التليفزيون.. الخ. والواقع أن في هذا مغالاة فلا يمكن للأباء أن يكونوا مرشدين لأبنائهم دائماً، ذلك لأن بعض الآباء أنفسهم إذ صادفتهم ظروف قاسية قد يحتاجون إلى ما يحتاج إليه أبناءهم

من معاونة وإرشاد فمن ذلك مثلا أن يكون الأب فاشلاً في حياته، فكيف يطلب منه أن يكون قدوة للنجاح بين أبنائه؟!.

على أن تدعيم الأسرة لوقاية المجتمع من الجنوح كما يعتمد على الوسائل الأخلاقية يعتمد كذلك على إنعاش الحالة الإقتصادية لأفراد الأسرة جميعاً هذا إلى جانب إتاحة الفرصة للأسر المنافسة في الميادين الإجتماعية.

الإيحاء السمعي والبصري:

شخصيات المتسمعين والنظارة تتفاعل مع الإيحاء السمعي والبصري تفاعلا يتفاوت بتفاوت درجات الثقافة والتربية كما أن هناك عوامل أخرى تلعب دوراً هاماً في مدى التأثر لما يلقى على أسماعهم وأنظارهم من أفكار وهذه العوامل تتصل إلى حد كبير بالحالة العامة لهم وما يتأثرون به من مشاكل اجتماعبة واقتصادية ونحوها.

وليس من السهل وضع المنحرفين في درجات محددة لمعرفة الأثر السمعي والإيحائي على كل درجة من هذه الدرجات، ومع ذلك فيمكننا القول بصفة عامة بأن المستمعين والنظارة الذين قد يلاحظ نوع من الصلة بينهم وبين هذه المشكلة هم إما من المتخلفين ذهنياً أو اجتماعياً أو من أولئك الشباب الذين لا يتعرف عواطفهم الاستقرار أو أن أعصابهم مرهقة سريعة التأثر أو لمرض حقيق عقلي أو جسماني.

على أنه قد وجد أن أكثر من ثلثي حالات الجنوح تكون بين شباب نشأوا في بيئة لا تجد غضاضة في الأنحراف فيشب النشء فيها يرتكبون الخطأ للاعتياد على ارتكابه منذ الصغر.

واكتمال نمو شخصية المستمع له أثر كبير في مدى تأثره بما يذاع فلا يسلم

الأشخاص العاديون أحياناً من الجنوح بسبب عدم اكتمال نمو شخصياتهم ويلاحظ على بعض هؤلاء المخاطرة وتحمل الآلام دون التفكير في عواقب أعمالهم. ولا يخصنا هنا الحديث عن النواحي الفسيولوجية أو الطبية وصلتها بذلك الموضوع وإنما نستطيع أن نقول أن شخصية المنحرف كثيراً ما تختفي وراء المظاهر ولا تكشفها إلا الظروف أو الأفعال والتحليل النفسي لا يهتم بالحالات النفسية الفردية فحسب، وإنما يهتم كذلك بالحالات النفسية للمجموعات أو بمعنى آخر يهتم بالشخصية من حيث وجودها كوحدة في مجموعة ويهتم علماء النفس إلى جانب ذلك بالعوامل التي تحرك العواطف عند هؤلاء الأشخاص خاصة في الفترة بين السابعة والسابعة عشرة.. كما يهتمون أيضاً بالفترة من حياة الشخص التي تتكون فيها العقائد في الحياة.

فهناك لون من جنوح الشباب يتضح مثلاً حين يرتكب الطفل خطأ يعتبر خروجاً على القوانين أو التقاليد بطريق العلانية وطراز آخر يتضح لنا حين يسعى بعض الشباب لإثارة الشغب وعدم ترك شيء في مكانه، وهؤلاء غالباً من مرتكبي الأعمال العلنية أيضاً والجنوح الذي يكون بغير الطريق العلني أصعب علاجاً لأن الأشخاص الذين يرتكبون عملا بغير الطريق العلني يكونون غالباً في فترة من العمر بين سن المراهقة والشباب وهؤلاء تختلط عندهم الأفكار والرغبات ومقاييس الفضيلة والرذيلة ويتأثرون بعوامل الإثارة أكثر من غيرهم وهذا مما دعا إلى أن تبذل الإذاعات جهوداً خاصة لتوضيح الأفكار وتحديد مقاييس الخير والشر والدعوة إلى الفضيلة بالطريق الإيحائي في مختلف البرامج بقدر المستطاع حتى تكون قد ساهمت بمجهود في معالجة الجنوح.

فالبرامج ذات الأهداف المعينة يمكن أن تسهم مساهمة كبيرة في علاج مشكلة الجنوح خاصة في بعض أطوارها فليس كل المنحرفين يقصدون قصداً إلى

الإتيان بأعمال الجنوح بل أن بعض المنحرفين قد يأتي بأعمال الجنوح لأسباب واهية كمجرد استرعاء الانتباه أو إظهار القوة أو التفوق أو أظهار المقدرة على فرض العقاب مثلا.

وكما أن هناك نوعاً من التفاعل بين البرنامج المرسل وشخصيات المستمعين والنظارة كذلك غهناك نوع من التفاعل يمكن ملاحظته عند بعض الشباب، هذا لبافاعل الناتج عن التقاء شخصيتين حتى ولو كان هذا اللقاء فكرياً، وقد يلاحظ مثلاً هذا الأثر عند اهتمام الشخصين بلون خاص في حياته الجارية أو اهتمامه بنوع القراءات أو برؤية الأفلام السينمائية التي يجد لها صدى في نفسه أو بالاستماع إلى لون خاص من البرامج المذاعة التي تستجيب لها نفسه أو نحو ذلك.

والتفاعل بين القصص والمغامرات المذاعة أو المرئية والمستمعين والنظارة يتوقف إلى حد كبير على طراز الشخصية نفسها إلى جانب المادة فالمستمعون والنظارة لا يتأثرون بدرجة واحدة وإثارة الشعور عن طريق المبالغة في التصوير قد يسبب أثراً غير ما يقصد إليه عادة مؤلف البرناج أو مخرجه من حيث الإجتذاب فالمبالغة مثلاً في الأصوات والصياح والموسيقى الخاصة تثير التفير من البرنامج وتترك أثراً في المخيلة يلازم المسمتع فترة بعد إنهاء البرنامج وقد يعود إلى مخيلته في مناسبات مختلفة لثير في نفسه شعوراً انقباضياً غير ما يقصد من ورائه مؤلف البرنامج من إيحاء.

الأسلوب العلمي والدراسي لمكافحة الجنوح:

وقد ساعد التقدم العلمي في معالجة مشكلة جنوح الشباب وقد دلت الإحصائيات على أن التشريعات والقوانين التي تصدرها الدول في هذا الصدد لا تكفي وحدها في مكافحة جنوح الشباب ما لم تستخدم إلى جانب ذلك

الوسائل العلمية الحديثة في مكافحة الجنوح.

فإذا كان من الميسور مثلاً تحريم السينما التي تعرض بعض الأفلام التي يخشى من تأثيرها على النشء دون السادسة عشر نظراً لما قد يكون فيها من حوادث يتجلى فيها جنوح الشباب فإن هذا التحريم من الناحية العملية غير ممكن بالنسبة لوسائل التلسية الأخرى ومنها الإذاعات والمطبوعات.. الخ. فالبحث العلمي لا يقف عند المشكلة ذاتها فحسب وإنما يبحث أيضاً الأسباب التي من أجلها يقبل عدد من المستمعين أو النظارة في دولة ما على الأستماع أو رؤية لون من البرامج الخاصة قصص الجرائم. هذا إلى جانب المعاونات الأخرى التي يتوصل إليها في الأبحاث التي يقوم بها الإخصائيون في علم النفس وعلم الاجتماع.. فدراسة المشكلة برمتها بين هؤلاء جميعاً وبين الآباء وبين الأساتذة في المدارس يفيد إلى حد بعيد في علاج مشكلة جنوح الشباب وفي تفادي التأثيرات المختلفة التي يقع تحتها النشء.

وقد دلت الدراسات العلمية على أن العقوبات شأنها شأن التحريم لا تكفي وحدها كعلاج لهذه المشكلة بل ذهب إلى شرورة عدم فرض العقوبات على حالات الجنوح غير الخطير إلا بعد أن تبذل جميع الوسائل الفنية في التربية بقصد الإصلاح، كما ينبغي أن يكون هناك هدف للتقوية ذاتها فلا يقصد العقاب لذاته. كما يرى هذا الفريق من الباحثين أن إرسال الأشخاص إلى معاهد التأهيل يجب ألا يكون إلا في حالات الجنوح الخطيرة لأن إرسال أحد الأحداث إلى معاهد التأهيل لسبب طفيف قد يأتي بنتيجة عكسية وبعقد المشكلة أحياناً.

وقد أفسحت الإذاعات المجال للأخصائيين في المناسبات المختلفة لمناقشة مثل هذه المسائل الهامة ويرى البعض أنه يمكن الأستعانة بقصص الجريمة نفسها

في إصلاح المجرمين وذلك بمعالجتها بالطريقة الإصلاحية الإيجائية ومراعاة الأساليب العلمية الحديثة في المعالجة الحديثة باستشارة الأخصائيين في ذلك.

ويتوقف نجاح البرنامج المقدم في ذلك على الهدف الذي قصد من ورائه تقديم البرنامج مثل علاج مشكلة معينة خاصة بالنشء ومنتشرة بينهم أو أيضاً لبعض الأمور الخاصة بفترة معينة في حياقم مناقشة يقصد من ورائها الأسهام في مكافحة الجريمة بطريق مباشر أو غير مباشر أو إيقاظ الناحية الإنسانية في النفوس. وهكذا.

ومن الوسائل التي اتبعت أيضاً الإستعانة بالنشء أنفسهم في حل مشاكلهم على أيدي الأخصائيين وإذاعة الوسائل العلمية والفنية التي ينبغي أتباعهما في كل حالة من الحالات على حدة.

وإذا كان من المعروف أن الأسلوب الروائي أو التمثيلي من أحب الأساليب لعرض الأفكار فإن الناحية الوصفةي في القصة المذاعة التي فيها ارتكاب العمل يقع تحت طائلة العقاب من أهم الأمور التي تلقي عناية كبيرة وقد درجت بعض الإذاعات على أن يكون الإهتمام بهذه الناحية الوصفية لهذا العمل من حيق الربط حتى يكون هناك ربط بين الأفكار وتسلسل بينها وتبذل جهود المشتركين في البرنامج إلى جانب المؤلف لتفادي ما قد يكون هناك من تأثير أو سوء فهم نتيجة لسوء العرض وخاصة أن البرامج غير مرئية.

ومن ناحية أهرى فينبغي أن يراعي التوافق بين برامج الأطفال وبين البرامج الأخرى التي تؤثر على أفكار النشء فمن المفروض مثلاً أن برامج الأطفال تهدف إلى بث العقائد في نفوس الأطفال حول الحياة الفاضلة وقيمتها وطاعة الآباء والأمتثال للقوانين أو بمعنى آخر تسعى إلى غرس حب الحياة النظيفة في النفوس والمرح البريء.. الخ.

وعلى ذلك فيلتف إلى البرنامج، خاصة إذا كان لها صلة بالنشء حتى تسير في نفس الاتجاه، كما يعني بالأفكار التي قد تتسرب دون قصد مما قد يكون له أثر على الأذهان فهذا التوفيق بين برامج الأطفال والبرامج الأخرى ذات الصلة بالنشء بشكل مباشر أو غير مباشر هي موضوع دراسة في كثير من الدول. ولقد حاولت بعض الإذاعات تجنب ما قد يكون من أثر لبعض البرامج التي لا توجه للنشء عادة وكان من هذه المحاولات تقديم مثل هذه البرامج في فترات لا يتسنى للأطفال غالباً الإستماع إليها فتقدم في الأوقات التي يكون النشء فيها في معاهد العلم أو في الأوقات التي يأوى فيها الأطفال غالباً إلى فراشهم ومن المحاولات الأخرى كذلك تحديد البرامج، التي يخشى من أن يكون لها تأثير على أفكار النشء ويساء فهمها لديهم_ بحيث لا تجاوز نسبة معينة من البرامج العامة وذلك إلى جانب الإهتمام بالغالب الذي توضع فيه فليس كل صاحب فكرة قادراً على كتابتها للإذاعة أو إعدادها الإذاعي الصحيح ولذلك فقد عمدت بعض الإذاعات العالمية إلى أن يكون لديها أخصائيون في العلوم الإجتماعية والنفسية والقانونية لاستشارتهم عند مراجعة النصوص القانونية لإستشارتهم عند مراجعة النصوص التي يخشى من أن يكون لها تأثير إيحائي بالجنوح.

وقد اختارات بعض الإذاعات الأمريكية والأوروبية عدة برامج مقتبسة مما يدور في الحياة الواقعية في المحاكم غير أنه عندما أريد تقديمها أمام الميكروفون أشترك في الإشراف عليها إلى جانب المؤلف والمخرج والأخصائيين أحد القضاء ممن شهدوا جلسات وقائع هذه القصص للاسترشاد برأيه.

مباديء عامة:

ويمكن أن تكون المباديء العامة التالية إلى جانب ما ذكر أسساً يحسن مراعاتها عند تقديم القصص التي يخشى من أن يكون لها تأثير على النشء وقد سارت عليها بعض الإذاعات فعلا وهي:

١) الإقلال من القصص التي تدور حول جرائم الشذوذ حتى لا يكون هناك أثر رجعي يجعل مثل هذه الجرائم في نظر المستمع من الجرائم الشائعة.

٢) تغليب الموضوعات التي تدور حول الأفكار الخاطئة الشائعة لتصحيحها.

٣) تجنب الموضوعات التي فيها مبالغة في استخدام القوة والقسوة.

٤) الإقلال نت قصص الخيانة الزوجية ومعالجتها بطريقة لا تبعث على عدم الثقة بين الأزواج مع تجنب ذكر التفاصيل الخاصة بارتكاب مثل هذه الجرائم مما يخشى من تأثيره.

٥) أن يراعي التأثير بحيث يوحي بالتنفير من ارتكاب الجريمة وأيقاظ الناحية الإنسانية في النفوس.

٦) تجنب الألفاظ التي توحي بالعطف على مرتكب الجريمة مهما كانت الظروف.

٧) تجنب الألفاظ التي يساء فهمها وكذلك الألفاظ التي توحي بتعظيم المجرم وإظهاره بمظهر الأبطال.

٨) الإقلال عن إذاعة الموضوعات التي تدور حوادثها عن جرائم الأحداث.

٩) الإقلال نا أمكن عن الموضوعات التي ترتكب فيها حوادث الانتحار كحل لبعض المشاكل.

١٠) الأمتناع عن الموضوعات التي تدور حوادثها حول السطو على المؤسسات العامة للدولة.

في سنة ١٩٦٠ دعى أحد مكاتب مكافحة جنوح الشباب في الولايات المتحدة للمساهمة في بعض البرامج بإحدى محطات الإذاعة الأمريكية لتقديم سلسلة من الموضوعات التي تلاقي اهتماماً من الجمهورية حول جنوح الشباب ولم يكن الغرض من هذه البرامج المساهمة مع محطة الإذاعة المذكورة في مكافحة جنوح الشباب فحسب وإنما محاولة الوقاية من الجنوح أيضاً وكذلم محاولة حل المشاكل التي تعترض النشء وذلك بطريقة تحليلية واقعية. وقد ذلت الإحصائيات على أن هذه البرامج لاقت إقبالاً عظيماً من جمهور المستمعين أكثر من البرامج الأخرى المشابهة.

وفي سنة ١٩٥٨ أجرت إحدى المؤسسات العلمية الأمريكية استفتاء على الجمهور في إحدى الولايات الأمريكية لمعرفة السبب في جنوح الشباب في اعتقاد الجمهور وقد كانت هناك إجابات مختلفة وقال ٧٠% من الجمهور الذي وجه إليه الأستفتاء أن السبب هو عدم تنظيم أوفات الفراغ وقال البعض الآخر انشغال الأمهات خاصة في القرن العشرين بأعمالهم عن أبنائهم وقبل كذلك أن السبب هو عدم تصحيح الأفكار الخاطئة لدى النشء. كما قيل أيضاً أن السبب هو انتشار كتب الأدب الرخيصة.. الخ.

وقد كانت النتيجة بالنسبة لبرامج الإذاعات والتليفزيون في اعتقاد الجمهور أن ٢% فقط من مجموع الذين أجرى بينهم الاستفتاء يعتقدون أن برامج الإذاعات والتليفزيون هي السبب في جنوح الشباب.

وأخيراً فهذه هي أهم الأفكار حول موضوع الإذاعة ومعالجتها لجنوح الشباب قصدنا بها توضيح ما يجول في الأذهان حول ذلك الموضوع ومعالجته

عسى أن يكون في ذلك بعض الفائدة. ولما كانت الحياة الخلفية بعض مادة الفن، فإن الفن لا يكون إلا في جمال التعبير الذي يوحي بالكمال.

وتهتم الدراسات القانونية بجرائم الأحداث في كثير من الدول الكبرى ليس فقط بالجرائم من حيث هي ونفيها أو إثباتها وتقسيمها إلى أقسام وتحديد العقوبات لكل منها، ولا تهتم الدراسات القانونية بذلك فحسب وإنما تهتم في العصر الحديث أكثر مما كانت تهتم به في الماضي بالأجواء المحيطة بالجرائم والجذور المتأصلة في شخصية كل مجرم أو مخالف.

وقد جاءت هذه الدراسات الجديدة نتيجة لنا لاحظه الكثيرون من رجال القضاء من عودة المنحرفين_ الذين وقع عليهم العقاب_ إلى اقتراف الذنوب من جديد بغض النظر عما يعرفونه تماماً من وقوعهم تحت طائلة العقاب من جديد بل وبشكل أقسى. ولذلك فقد اهتم رجال القانون كما اهتم علماء النفس بدراسة مدى التعقيد الذي يصيب المراهقين المنحرفين إذا هم وقعوا تحت طائلة العقاب مرة أو أكثر دون أن يكون العقاب رداعاً كافياً لهم.

ولكن هؤلاء الباحثين وجدوا أيضاً أن هذه الأبحاث التي يقومون بها معقدة أشد التعقيد فقد عدد كثير من علماء النفس عشرات الأسباب التي تكمن وراء الانحراف وبعضها إصالة متأصلة في النفوس كما أن أسباب الإجرام كثيراً ما تكون غير مباشرة وأن الأسباب الحقيقية كثيراً ما تكون غير المباشرة وليست المباشرة.

ولذلك فقد اتجه علماء النفس لدراسة الأسباب غير المباشرة والمباشرة على السواء ولم يكن لهم نظرات قاصرة تعني بالحدث في ذاته وما أدى إليه فليس من الحكمة في شيء أن يسوى بين المجرم الذي قصد ارتكاب الجريمة قصداً وبين المجرم الذي ارتكب الإنحراف بجهالة وحسن قصد أو لبعض

الأسباب المتأصلة في أعماق نفسه كحب التملك مثلاً أو عدم القدرة على معرفة حدود الخير وحدود الشر تماماً.

ولذلك اهتم الباحثون بالتفاعل بين الزمان والمكان وبين الشخصية والمكان وأكثر من ذلك فقد انشأت كثير من الدول الكبرى عيادات نفسية لمعالجة الأحداث وقد سهرت هذه الدول على هذه العيادات النفسية وألحقتها بالمحاكم الخاصة بالأحداث.

ومن هذه العيادات النفسية يحاول الباحثون والأطباء معرفة المؤثرات الحقيقية في الشباب وعل لما يسمعه المراهقون من برامج إذاعية أو ما يرونه من برامج في التليفزيون أثر في خلق هذا الإنحراف أم لا؟ واتجه البعض لوضع برامج للإذاعة والتليفزيون تكون خصيصاً للشباب المراهق وبرامج أخرى تثقيفية وإصلاحية للمنحرفين.

وقد وجد كثير من الباحثين أن من أهم أسباب الجنوح عند الشباب هو القسوة في المعاملة فإن الطفل الذي ينشأ في جو مليء بقسوة المعاملة يحاول التعويض بارتكاب الإنحراف وأحياناً الجرائم وقد يتصور بعض هؤلاء أنهم بهذه الطريقة ينتقمون من مجتمع الأسرة التي يعيشون فيها وتكون صور الإجرام في نظر المنحرفين أيضاً بمثابة انتزاع الحب والحصول على العطف في صورة الشيء المسروق ومثل هذه الحوادث تعبر تعبيراً رمزياً عن العقد النفسية وعدم انسجام الشعور واللاشعور.

وقد وجد الباحثون كذلك أن من أسباب الإنحراف العاهات التي تصيب الأشخاص في مقتبل أعمارهم إذ يشعر هؤلاء أنهم غير متكافئين مع زملائهم سواء في المدرسة أو المعهد أو مع إخوانهم في المنزل فتكون النتيجة الإلتجاء إلى ارتكاب الجريمة لتعويض النقص وقد درجت كثير من الإذاعات في الخارج

وكذلك دور التليفزيون إلى إعداد برامج خاصة لمثل هؤلاء لإقناعهم بأن هذا النقص الذي يعانونه لن يحرمهم من التمتع بالحياة أو مواصلة السير في ركب الحياة ما دام الإنسان يتمتع بعزيمة قزية وإيمان.

ويرجع بعض علماء النفس بعض الأنحرافات إلى إصابات جسيمة تنال من الغدد التناسلية والغدد الصماء أو الغدد الصماء أو الغدد الدرقية وبعض هؤلاء يلاحظ فيهم تصرفات الشخص العادي فينتج عن ذلك الانحرافات الجنسية أو سرعة الغضب أو عدم التحكم في الأعصاب بدرجة تؤدي في بعض الأحيان إلى ارتكاب الجرائم نتيجة لذلك.

ومن أطرف النتائج التي وصل إليها الباحثون أيضاً أن بعض حالات الانحراف التي يقع فيها الأحداث تكون نتيجة لتفوقهم في الذكاء عن غيرهم.

الفصل الرابع

دور الأذاعة والتليفزيون في التعليم والتثقيف

الصوت والصورة من الوسائل التي يصطنعها الفن في التجسيم فاللغة بالمعنى الخاص ليست مجموعة من الكلمات تتألف من حروف متراصة أو عبارات فحسب وإنما تلتزم عند الكلام استخدام الوسائل العضوية كالثنايا واللسان وينظم ذلك أعمال الفكر كما يكون له انعكاسات نفسية.

وقد تحدثنا في مقال سابق عن الأثر النفسي للصوت والصورة ومحاولة الفلاسفة المحدثين استخدام الصوت والصورة في السنين الأخير لتدعيم آرائهم ونظرياتهم الفلسفية وتثبيتها في الأذهان، وهدف الفنان من الأستعانة بالصوت والصورة، والوسائل الفلسفية والفنية في ذات الوقت التي تعتمد عليها، ونتابع الحديث عن التطور الحديث في استخدام الصوت والصورة وأثر ذلك خاصة على الأسلوبين التعليمي والتثقيفي.

إيديولوجية التربية:

هناك بعض الآراء لرجال التربية حول الطريقة التي يستخدم فيها جهاز التليفزيون كوسيلة من الوسائل التعليمية والتثقيفية فبينما نجد غالبية رجال التربية في أوروبا وأمريكا يعتمدون على التليفزيون في الميدان التعليمي والتثقيفي نجد البعض الآخر يضع التحفظات لا من حيث مبدأ الأستعانة بالتليفزيون في الميدان التعليمي والتثقيفي ولكن من حيث الطريقة التي تستخدم فيعا الإذاعة المرئية في الأسلوبين. ومن هؤلاء أندرياس فلتزر أستاذ التربية بجامعة تبنجن بألمانيا.

والذين يعتمدون على الإذاعة المرئية في الميدان العلمي اعتماداً يوشك أن يكون كلياً بنتقدون من يضع التحفظات على الطريقة المستخدمة في الأسلوب الدراسي ويعيبون عليهم تأخرهم على اللحاق بركب المدنية ولم هذه التحفظات وقد أصبح ذلك منتشراً في أمريكا وإيطاليا وغالبية دول أوروبا كما أن ذلك في رأي هؤلاء لا يتنافى مع أيديولوجية التربية التي يتذرع بها أولئك إذ لولا التليفزيون ما أمكن الأستفادة بصفة منتظمة من الأساتذة الأفذاذ الذين يتوفرون في بعض المعاهد ولا يتوفر نظراؤهم في المعاهد الأخرى. وقد لا يبدو ذلك غريباً إذا علمنا أن المدارس في القديم كانت تضع التحفظات إزاء الاستفادة بالكتب المطبوعة وكانت تفضل أن تكون الصلة مباشرة بين الأستاذ والطالب دون الاعتماد كلية على الكتب المطبوعة. ولكن ذلك أن اختفى وأصبحت الكتب المطبوعة من أهم الوسائل في نشر المعرفة والثقافة إلى جانب الكتب الدراسية.

ويعتبر رجال التربية التليفزيون من مقومات الثقافة العامة الحديثة إذ ينقل إلى النظارة وهم في مناولهم صوراً من الحياة في العالم الخارجي ولا يصبح على الطالب أن ينتظلر حتى يكمل دراسته أولاً قبل أن يبدأ في التعرف على العالم الخارجي بما فيه من واقعية إذ كثيراً ما يتخيل الطالب كثيراً من الأمور خيالاً بعيداً عن الواقع ولكن التليفزيون يعرض للطلبة الصور الحقيقية لبعض ما يدور في مخيلة كل منهم، ولا يمكن على ذلك تجاهل أهمية الإذاعة المرئية كوسيلة حديثة للثقافة من هذه الناحية إذ أن في ذلم تجاهل لما تطورت إليه وسائل الحياة الحديثة نفسها.

ويتذرع البعض بوجوب الرقابة على المواد المعروضة حتى لا تؤثر في الأطفال والشباب خاصة في بعض أطوار حياتهم.

وقد سبقت الإذاعة الصوتية الإذاعة المرئية في الهدف الثقافي والتعليمي ولمن لم يوجه إليها أحد انتقاداً يذكر وإنما أنشئت الإذاعات المدرسية للطلبة واعتمدت لها موضوعات معينة وأساتذة تربويون للإشراف عليها أدت رسالتها على خير وجه في الحدود المرسومة لها. ويرى البعض أنه لا يمكن الاستغناء على الأساتذة والاعتماد على أجهزة التليفزيون وحدها في قاعات الدراسة كما هو الحال في بعض المدارس التي تجري تجارب من هذا القبيل وتعتمد اعتماداً كلياً على أجهزة التليفزيون في قاعات الدراسة.

ومنذ أعوام قليلة، أجريت عدة تجارب في الولايات المتحدة لاستخدام أجهزة التليفزيون وحدها في قاعات الدرسة وقيل حينئذ أن عدداً كبيراً من الطلبة استفادة من سلسلة هذه التجارب حتى أن أستاذ التربية بجامعة هارفارد قال أن التليفزيون هو أفضل أمل للخروج بالتعليم من عصر العربة التي يجرها الخيل إلى القرن العشرين.

التعليم الآلي:

وقد ظهرت في السنين الأخيرة طريقة ميكانيكية آلية جديدة للتعليم في قاعات الدراسة وهذه الطريقة تساعده غلى مواجهة النقص في عدد المدرسين وتعتمد على دراسة أي موضوع عن طريق تقسيمه إلى عدد من الأسئلة وتوضع هذه الأسئلة المكتوبة في الجهاز الآلي للتعليم ويدور الجهاز فيظهر السؤال الأول أمام الطلبة. وفي الوقت ذاته تندفع ورقة الإجابة للطالب ليجيب على السؤال فإذا أجاب عليه، يحتجز الجهاز الإجابة ويضغط على أحد الأزرار فتظهر أمام الطلبة الإجابة الصحيحة، ويعرف الطالب إن كانت إجابته صحيحة أم خطأ، وفي نفس الوقت يندفع السؤال الثاني فيظهر أمام الطلبة وتكرر هذه العملية حتى تنتهي مجموعة الأسئلة التي تتناول الموضوع.

ويقول بعض الخبراء أن هذه الطريقة لا تعطي الفرصة لمن تراوده نفسه بالغش، وإنما تعطي الفرصة لكل من الطلبة أن يكون قد استفاد من الإجابة المثالية عن كل سؤال كما أن الجهاز الآلي يختصر الوقت إلى حد كبير في حين أن عملية إعداد البرامج للأجهزة الآلية تتطلب وقتاً وجهداً كبيراً.

على أن هناك بعض الآراء التي لا تحبذ استخدام الطريقة الآلية في التعليم ووجهة النظر هذه تقول بأن التعليم ليس فقط في استخدام الذهن والآلة وإنما هناك عواطف ومكونات للشخصية وغير ذلك من الأشياء التي يمكن اكتسابها عن طريق وجود الأستاذ في قاعة الدراسة بينما لا عليهم أن يستعدوا بعمل البروفات اللازمة، ويربط المعلقون بين الطريقة القديمة في التدريس وبين الطريقة الحديثة من حيث الاستعداد ويرى البعض الآخر أنه لا يوجد صلة بين الطريقتين لأن تحضير الأستاذ للمادة المزمع عرضها على شاشة التليفزيون في الطريقة الحديثة لا تستلزم أن يقوم الأستاذ بالدور التمثيلي الذي كان معروفاً في القرن التاسع عشر وإن كان لا يخلو العرض نفسه أحياناً من المشاهدة التمثيلية. كما أنه ليس من الضروري أن يحاط الأستاذ علماً بالمادة المزمع عرضها فقد تكون المادة تتناول موضوعاً معيناًً ولكنها تتناوله من زاوية تختلف عن الزاوية التي قد يحضر لها الأِتاذ. ومهما يكون من أمر فإن إعطاء معلومات خاصة بموضوع معين من مصادر مختلفة يزيد من تفهم جوانب الموضوع المختلفة ويساعد على تقدم الدراسة الخاصة بذلك الموضوع.

والذين يقرون الاعتماد على التليفزيون في الدراسة يؤيدون رأيهم هذا بأن الطلبة ليسوا في حاجة فقط إلى مطالبة الكتب وإنما لا بد لهم من رؤية مشاهد من جوانب الحياة المختلفة وبعض رجال التربية يقولون أن موضوع اختيار الشاهد من أهم الخطوات فإذا لم يحسن الاختيار بالنسبة إلى المادة المعروضة

على الطلبة فأما أن يكون التأثير غير حميد أو أن يكون تفصيل الموضوع قاصراً عن الوفاء بالهدف الذي من أجله قدمت البرامج الدراسية.

ويقول البعض أن القول بأن الطلبة في حاجة إلى رؤية مشاهد من الحياة فيه ربط بين المادة والحاجة النفسية ولكن المسألة ليست مشاهدة جوانب الحياة في حد ذاتها فحسب وإنما إشباع الحاجة النفسية ويتوفر ذلك حتى في حالة عدم وجود المدرس والاعتماد على الآلة.

وأكثر الناس تفاؤلاً والمحبذون لهذه الطريقة الآلية لا يحبذون في نفس الوقت أحلالها محل الأستاذ في قاعة الدرس، وإنما يرون أن تستخدم كوسيلة من الوسائل الثقافية الميكانيكية الحديثة مثل جهاز التليفزيون وأن أختلفت طريقة العرض في كل منها فإذا كان الكتاب المعتمد على الكلمة الصورة تعتبر وسيلة من الوسائل الهامة في التعليم ولم يحل محل الأستاذ في قاعة الدرس فكذلك التعليم عن طريق استخدام الجهاز الآلي لا يغني عن وجود الأستاذ دائماً وإنما يمكن أن يكون وسيلة من الوسائل الحديثة التي يستعين بها الأستاذ في تلقينه الدرس للطلبة.

الشريط المغناطيسي:

وإلى جانب هذه الطرق الحديثة في نشر الثقافة والتعليم لا ينبغي أن نقلل من قيمة الشريط المغناطيسي في هذا المقام وليست أهمية الشريط المغناطيسي في أنه تسجيل لمادة من المواد الثقافية والتعليمية فحسب وإنما تظهر الأهمية كذلك في طريقة الانتفاع بهذه الوسيلة الحديثة لنشر الثقافة حتى أن البعض يعتبر الشريط المغناطيسي أكثر الوسائل من الناحية العملية في نقل المواد وذلك منذ اختراع فن الطباعة.

ولقد استخدم الشريط المغناطيسي بشكل واسع في الآونة الأخيرة في كثير من المتاحف ودور العلم والشركات وغير ذلك من المؤسسات في الخارج فكثيراً ما يعن لأحد زوار المتاحف بعض الأسئلة إذ تبدو له بعض المعلومات غير واقعية فعليه حينئذ أن يتوجه إلى قسم هاص يحتوي على بعض الأجهزة الخاصة التي يمكن بواسطتها سماع أحد الأشرطة الخاصة بالقسم الذي توجد فيه المادة موضوع السؤال, وتحتوي على كثير من البيانات والشروح الخاصة بذلك الموضوع وهكذا يستخدم الشريط المغناطيسي أيضاً في المؤسسات العامة والشركات الكبيرة وغيرها لأغراض متباينة مختلفة وتسهم في تقدم العمل وتوفير الوقت للهيئات العاملة.

الكتاب الناطق:

ومن أروع الأغراض التي يستخدم فيها الشريط المغناطيسي في نشر العلم هي مساعة فاقدي البصر على مواصلة الدراسة إذ أنهم بطبيعة الحال لا يستطيعون لبازود بالعلم جنباً إلى جنب مع زملائهم المبصرين، ولكن ذلك الشريط قد أتاح لهم الفرصة في الاستماع إلى تسجيل لأهم ما دون في الكتب الدراسية المقررة وعلى فاقدي البصر أن يضغطوا زراً خاصاً فيبدأ الشريط في الدوران مقدماً لهم ملخصات لما تحويه الكتب الدراسية التي لا يستطيعون يدون هذه التسجيلات أن يستوعبوا ما فيها. وتسمى هذه الطريقة بطريقة الكتاب الناطق.

وقد ابتكرت طرق مختلفة لجعل سرعة القراءة مناسبة للمستمع حتى لا يكون هناك اختلاف كبير في الوقت اللازم لقراءة أحد الكتب والاستماع إلى ملخصات لما تحتوي عليه، مسجلة على الشرائط المغناطيسية.

ولا يخفي أن تلخيص أحد الكتب الدراسية تلخيصاً وافياً يحتاج إلى خبرة

بهذا العمل قبل إعداد الكتاب الناطق.

على أنه قد استخدمت هذه الطريقة في كثير من الدول بعد أن خصص لها أناس متوفرون على هذا العمل، حتى لا يكون هناك فقدان لبعض قيمة الكتاب عند تسجيله، وبذلك أمكن التغلب على صعوبة كبيرة كانت تقف حائلاً بين فاقدي البصر وبين التزود بالعلم.

ومن أهم الأغراض التي استخدم فيها الشريط المغناطيسي حديثاً هو تعليم اللغات وإن كان معروفاً أن الإسطوانات قد سبقت الشريط أكثر فائدة، ذلك لأن الأسطوانات وإن كان من الممكن أن تحمل ما يحمله الشريط من المعلومات إلا أن الشريط يمتاز بأنه يمكن المستمع من تسجيل صوته لمعرفة ما إذا كان نطقه صحيحاً ولك بعد مضاهاته بالنطق المسجل على الشريط الأصلي المستخدم.

وإلى حانب ذلك فإن االشريط المغناطيسي كما هو معروف يمكن استعماله عدة مرات دون أن يفقد من خواصه شيئاً يذكر.

الأجهزة الإلكترونية:

وزيادة على ذلك فقد أصبح الشريط المغناطيسي يقوم بدور هام في عمليات الأجهزة الإلكترونية الناطقة والتي تعتبر من الأجهزة المعقد وهذا الدور الهام الذي يقوم به الشريط يتلخص في أنه يعطي للمخ الإلكتروني عمله. وقد استع المجال في السنين الأخيرة للأجهزة الإليكترونية التي يستخدم فيها الشريط المغناطيسي حتى أصبحت لا تستعمل فقط في العمليات الرياضية فحسب وإنما تستعمل كذلك في تقديم المعلومات عند الحاجة إليها. ولذلك فإنه يستخدم في كثير من الشركات الكبرى لإغراض مختلفة وليس فقط في العمليات الرياضية،

فيقوم بترتيب الوظائف والأسماء حسب الحروف الأبجدوية والمعلومات الخاصة بكل وظيفة إلخ.. وإلى جانب ذلك الأجور وعدد ساعات العمل والمكافآت الخ... مما يسهل العمل بشكل يدعو إلى الدهشة.

وأكثر من ذلك فقد أصبح تقديم المعلومات لا يقتصر على هذه العمليات فحسب وإنما أصبح من الفهارس في المكتيات وإن كان لم ينتشر استعماله يعد في كثير من الدول والفكرة تقدم على أساس أن طالب العلم قد يحتاج إلى معرفة تفصيلات أكثر خاصة بموضوع معين يقوم ببحثه فإنه عن طريق الجهاز الأليكتروني يستطيع معرفة الكتب التي يتناولها البحث، كما تم إنتاج جهاز إليكتروني حديثاً في السنين الأخيرة يستطيع أن يجيب على الأسئلة التي قد يحتاج إليها الباحث أثناء بحثه عن موضوع معين أو أي موضوع آخر له صلة بهذا البحث.

ولقد استخدم الشريط في الآلات المعقدة في الأغراض المختلفة وهي تستطيع أن تدير هذه الآلات بدقة وانتظام تفوق أحياناً ما يتوقعه المشاهدون لعمل هذه الآلات.

وفي الإذاعة المرئية استخدم نوع من الشريط المغناطيسي يستطيع أن يسجل برامج التليفزيون ثم يعرضها على النظارة دون الانتظار حتى يتم تحميض الفيلم كما هو الحال بالنسبة إلى أشرطة الأفلام السينمائية.

وهذا يسهل العمل بطبيعة الحال بالنسبة إلى نقل الأحداث عن طريق الإذاعة المرئية إلى جمهور المشاهدين وبسرعة دون انتظار عمليات أخرى هذا إلى جانب استطاعة ذلك النوع من الشرائط تسجيل الحوادث موضوع الأنباء تسجيلاً مباشراً فور وقوع الحوادث ومن ثم يمكن للنظارة أن يطلعوا على صور الأنباء دون تأخير.

هذا بالنسبة إلى تقديم النعلومات الثقافية والتعليمية والأنباء الصمورة أما في المجال الرياضي فقد أصبح من الممكن أن يعرف الفريق الرياضي الأخطاء الفنية إذا سجل مباراة بينه وبين فريق رياضي آخر ثم عرض الفيلم الخاص بذلك على الفريق الرياضي حتى يعرف كل لاعب مدى توفيقه في القيام بدوره وما قد يكون قد وقع فيه من الخطأ وذلك أمام المدربين والفنيين.

ولا ريب أن في هذا المجال الجديد الذي يستعان فيه بالأشرطة التليفزيونية ما يهيوء الفرصة للتقم الرياضي والعمل على تحسين فنية الألعاب الرياضية المختلفة وحسن أداء كل لاعب لدوره على خير وجه.

التعليق على المعلومات:

يقول بعض رجال التر بية أن وظيفة المدرسة ليست جمع المعلومات وإنما واجب المدرسة وضع المنهج الدراسي الصحيح مع مراعاة المستوى الدراسي لكل فئة الطلبة فيجب أن تكون المادة المدروسة في المستوى الإدراكي للطلبة.

وقد يكون الطالب في بعض الأحيان في حاجة إلى تفصيل فيعمد الاستاذ إلى الأطناب بينما لا يمكن الاعتماد على جهاز التليفزيون وحده دون الأستاذ.

ويتوقف مدى نجاح الأستاذ إلى حد كبير على قدرته على نقل موضوع المنهج الدراسي إلى ذهن الطلبة مراعياً حالة كل من طلبته، كما أن وجود الأستاذ في قاعة الدراسة له قيمة كبيرة لأن طريقة الشرح والأسئلة التي يوجهها إليه الطلبة وتصحيح الإجابات كل هذا يؤثر ولا شك في إدراك الطالب للموضوع وتثبيت المعلومات في ذهن الطلبة.

على أن بعض القائمين بالاعتماد على الأسلوب الدراسي عن طريق التليفزيون وحده لا يلغون كلية وظيفة الأستاذ ومن هؤلاء من يرى الأستعانة

بجهاز التليفزيون في قاعات الدرس ويقوم المدرس بالتعليق على ما عرض على الشاشة أمام الطلبة ومعنى ذلك في عرف هؤلاء أن يصبح المدرس معلقاً فنياً على ما يقدم من المواد على شاشة التليفزيون ولا يرون في ذلك إلا نوعاً من التقدم النوعي في المادة الدراسية ذاتها ويقولون أليس الكتاب الذي يدرس في دور العلم والمعاهد والمدارس ما هو إلا كلمة مطبوعة وصورة البرنامج التعليمي قائم على أساس تقديم الكلمة مسموعة بدلا من أن تكون صامتة والصورة متحركة بدلاً من أن تكون ساكنة.

على أن بعض رجال التربية يتساءلون رداً على ذلك كيف يمكن للأستاذ في حالة البرنامج التعليمي أن يعرف الموضوع مقدما؟ وإذا فرض وأنه علم به قبل عرضه على شاشة التليفزيون فينبغي أن يحضر له قبل العرض تحضيراً كافياً حتى يمكنه التعليق على المعلومات المعروضة تعليقاً جامعاً مانعاً.

وبهذه المناسبة يذكر هؤلاء أنه في القرن التاسع عشر كان المدرسون الذين يلقنوون الطلبة على الدرس يستعدون لهذه المهمة قبل أن تحين ساعة الجرس وذلك لأنهم كانوا يعتمدون في تلقينهم الدرس على الحركات التمثيلية فكان من الواجب أجراء البروفات الكافية قبل إلقاء الدروس إذ كانت الموضوعات الدراسية على اختلافها تقدم في صورة تمثيلية.

الباب الرابع

تفاعل الرأي العام مع الصوت والصورة

سئل أحد الشعراء الألمان ما هو الشيء الذي يعد أكثر إشراقاً من الذهب؟ قال. هو الضور. وسئل ما هو الشيء الذي يعد أكثر إشراقاً من الضوء؟ قالك هو الكلام!

رأي ليبمان

ويقول ليبمان **Lippman** في كتابه «الرأي العام» أن التربية تؤثر في تكوين الشخصية للفرد وأن الآباء الذين ينشئون أبنائهم على عدم مناقشة ما يسمعون من آراء أبائهم ولو كانت غير مقبولة يجعلون من هؤلاء الأبناء عندما يشبون أفراداً متأثرين بغيرهم وغير مكتملي الشخصية، فهناك تفاعل بين شخصية الفرد وبين المادة الي يستمع إليها.

العوامل المساعدة على التفاعل:

وإذا كان رأي ليبمان صحيحاً فيما ذهب إليه فإن هناك إلى جانب ذلك عوامل أخرى مختلفة تؤثر في هذا التفاعل بين الشخصية بين الشخصية والمادة المسموعة أو المرئية هذه العوامل هي:

(١) المستوى الثقافي.

(٢) البيئة التي يحيى فيها وتؤثر بدورها فيه.

(٣) النوع.

(٤) العمر.

(٥) المهنة.

(٦) الحالة السيكولوجية العامة.

كلما ارتفع المستوى الثقافي للمستمعين والنظارة وارتفعت عوامل تكوين شخصيته كلما أثر ذلك فيما يختار من مادة وبالتالي يؤثر ذلك في تخطيط البرامج وأن من يطلع على تقارير اليونسكو يلاحظ الصلة الوثيقة بين عوامل النهوض الثقافي وبين المستمعين إلى البرامج الثقافية الخالصة. ويحث أحد هذه التقارير إدارات الإذاعات ألا تقتصر اهتمامها على البرامج الثقافية فحسب وإنما ينبغي أن تهتم بالإذاعات التي توجه إلى المتخصصين في المعاهد العلمية المختلفة والإذاعات المدرسية لأن ذلك جزء من برنامج مكافحة الأمة ونشر الوعي بين المستمعين من جهو ومن جهة أخرى فإن ذلك يساعد على معرفة التطور الثقافي عن طريق الإذاعة.

ولما كانت البيئة تؤثر في تكوين شخصية المستمع. لذلك لم تلجأ معظم الإذاعات الكبرى إلى تخصيص برامج لفئات المستمعين المختلفة فحسب بل أنها تحاول في كثير من الأحيان التأثير في أذواق المستمعين أنفسهم ونتائج هذه المحاولات تعود بالنفع لا على المستمع وحده بل تعود كذلك على الإذاعات نفسها، فإذا كان لأغلبية المستمعين تذوق خاص لبرامج بعينها والأقلية منهم ينفرون من هذه البرامج. فإن الإذاعات بما لها من وسائل التأثير في رفع مستوى المتسمعين تستطيع أن تقرب بين وجهات النظر المختلفة وتكسب بذلك أكبر عدد من المستمعين ومن أهم هذه الوسائل التي تملكها الإذاعة للتأثير في شخصيات المستمعين وأذواقهم هي التأثير في أذواق الأساتذة والمعلمين بأن هؤلاء يؤثرون بدورهم على أدواق عدد كبير من النشء.

وتدل الإحصائيات على أن تذوق المستمعين والنظارة للبرنامج الواحج يختلف من وقت لآخر وهذا ما يدعو الإذاعات إلى الاهتمام بالأبحاث والأستفتاءات والتصويت على البرامج المختلفة وأحياناً التصويت على برنامج واحدة عدة مرات في فترات متباعدة.

ونظراً لأن الفراغ يزيد من ساعات الاستماع إلى البرامج فإن الإذاعات تحاول دائماً أن تنافس وسائل التسلية الأخرى لكي تحافظ على وجود المستمعين والنظارة إلى جانب أجهزتهم ولذلك فهي تختار لهم البرامج المناسبة وتهتم بالنوع فتقدم برامج المرأة والأسرة.. الخ في الأوقات المناسبة علماً بأن وقت النهار هو وقت الاستماع إلى المرأة غالباً، وليست هذه مهمة يسيرة بالنسبة لدور الإذاعات والتليفزيون فقد دلت الأبحاث على أنه لا يحدث غالباً أن يهتم أفراد أسرة واحدة تتألف من رجال وسيدات وأطفال ببرنامج واحد في وقت واحد.

يحاول أن يربط بين هذه النظرية وبين الموضوعات التي تتصل بالحياة اليومية وبذلك يؤلف للمستمع صورة جديدة مثيرة يستطيع بها أن يجتذب أفكاره وبوجهها وفقاً لما يريد.

ويدخل ضمن هذه الدراسة النفسية إلى جانب الانتقادات التي توجه إلى الإذاعات دراسة النقاد أنفسهم من المستمعين، وقد دلت الأبحاث التي قامت بها بعض الإذاعات على أن بعض النقاد من المستمعين يحتفظون بأجهزتهم في منازلهم كأي قطعة أثاث أخرى دون أن يهتموا بالأستماع إليها، فكلمة إذاعة تختلف مدلولها في نظر بعض المستمعين عن البعض الآخر، فإذا كانت الإذاعة في نظر المستمعين غالباً وسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير فهي ليست في نظر البعض منهم كذلك وهؤلاء تغلب عليهم الفكرة النظرية الرمزية.

الشعور بالمجهود يلعب دوراً كذلك في التأثير على نفسيات المستمعين فإن إحساس المستمعين والنظارة بطريق غير مباشر بالمجهود الذي بذل في تقديم برنامج يؤثر تأثيراً كبيراً على رضاه عن البرنامج حتى ولو أن هذا البرنامج لم تكتما له أساب النجاح تماماً فالمسمتع أو الرائي يريد أن يحس بالمجهود من أجله إلى جانب ما يحس به من أن رغبته موضوع التقدير حتى ولو كانت هذه الرغبة تتناقض مع رغبات غالبية المستمعين فالمفاجآت مسألة تواجه دائماً الشرف على البرنامج حينما يقدم برنامجاً ناجحاً فهو يعتقد أنه حاز إعجاب المستمعين والنظارة بينما يتزالى عليه النقد ممن لم تتفق هذه البرامج وأذواقهم.

إدارات الإذاعات والتليفزيون دائماً ترد أن تراعي رغبة مقدم البرامج والمستمعين أو النظارة وقد يكون من الضعف أحياناً التوفيق بين الرغبتين وعلى ذلك فقد أصبح الأمر أقرب إلى مشكلة تواجه المشرفين على الإدارة لأنه إذا انصرف مثلاً عدد كبير من المستمعين عن إذاعة ما فإن ذلك يؤثر في وظيفتها كوسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير ويفقدها أهم صفة من صفاتها وهذا يؤثر بطريق مباشر على الإذاعة نفسها وعلى إيراداتها بصفة خاصة.

والسؤال الذي قد يتبادر إلى الذهن إلى أي مدى يمكن لشخصية المستمع أن تفرض نفسها على البرامج؟ وإلى أي مدى يمكن أن يكون المستمع حكماً على مواد الإذاعة؟

الواقع أن شخصية المستمع يمكن أن يكون لها ارتباط بما يقدم من مواد إذا كان هذا السمتمع من المثابرين على الاستماع ولذلك فقد لجأت كثير من الإذاعات الكبرى إلى تأليف لجان استماع تمثل عينة من فئات المستمعين المختلفة ممن يثابرون على الاستماه إلى البرامج. وهذه اللجان يكون لأرائها وزن كبير عند إعداد البرامج وتعديل بعضها.

بحوث المستمعين Audience Research

يرى بعض الخبراء أن إرضاء رغبات المستمعين ليس هدفاً في حد ذاته لأن للإذاعة رسالة ينبغي أن تؤديها حتى ولو تعارض ذلك مع رغبات بعض المستمعين، فمن أمثلة ذلك أنه في الدول المتخلفة إذا انساقت الإذاعات وراء رغبات المستمعين، فإن ذلك يؤثر تأثيراً خطيراً على أن مستوى البرامج وفي الإذاعات الكبرى لا يكتفي المشرفون عليها بآراء المستمعين كمقياس لصلاحية البرامج بل تدرس البرامج دراسة مفصلة مستقلة عن رغبات المستمعين وتعد هذه الدراسة ناجحة إذا أجتذبت المستمعين إلى برامج لم يكن يحفل بها المستمعون نت قبل على أن قياس آثار البرامج في الإذاعات المرئية أصعب من قياسها بالنسبة للإذاعات الصوتية.

معهد جالوب Gallup للبحوث:

يعتمد أحياناً في التعرف على آراء المستمعين في البرامج على معاهد للأبحاث ولنأخذ مثلاً لذلك معهد جالوب للبحوث وهو معهد اشتهر بإبحاثه واستعلاماته الدقيقة ويقول بعض النقاد أن طريقة معهد جالوب في البحوث لا تتوازى مطلقاً مع تكاليفه الباهظة كما أنها لا تفيد الإذاعيين القدامى فائدة كبيرة في تخطيط البرامج تتوازى مع التكاليف ويرى هؤلاء النقاد أن البحوث يجب ألا تكون باهظة التكاليف.

والعمليات الأساسية لهذه البحوث تنحصر في معرفة ما يأتي:-

١) مدى استجابة المستمعين والنظارة للبرامج بصفة عامة في الإذاعتين الصوتية والمرئية.

٢) مدى إستجابة المستمعين للبرامج الخاصة.

٣) عادات المستمعين عند الأستماع ويزود الباحثون بمعلومات عن الأحوال المعيشية والمستوى المادي والمعنوي لكل فئة من المستمعين والحياة في البلدة التي يقيم فيها المستمع وما يتصل بذلك من عادات أو تقاليد.

ويواصل الباحثون أعمالهم لمعرفة آثار البرامج وتختلف هذه الآثار بطبيعة الحال باختلاف أهداف كل برنامج.

ويؤخذ رأي المستمعين في البرامج يوماً بيوم وأحياناً تؤخذ عينه من المستمعين وتجمع في صالات فسيحة لمعرفة أرائهم في بعض البرامج لمناقشتها وفي ذلك أشعار للمستمعين بقيمة أرائهم.

ولا يهتم الباحثون بمعرفة رغبات المستمعين فحسب وإنما ييهتمون أن تكون الإجابات مفيدة بالنسبة للمشرفين على إعداد البرامج وتنفيذها. وهم يراعون في ذلك الأمور الآتية وهي:-

١) تشعب المصادر التي تستقي منها آراء المستمعين.

٢) معرفة آراء المستمعين بصفة دائمة يوما بيوم وأولاً بأول.

٣) موازنة الآراء بعضها ببعض.

٤) تقييم المصادر المتشعبة لآراء المستمعين في جملتها.

وإلى جانب ذلك توجد اعتبارات أخرى تجعلها فيما يلي:-

١) كل رأي مهما كان مصدره يمكن أن يعتبر رأياً في حد ذاته.

ويمكن أن يدرس فقد يكون هذا الرأي الذي حصل عليه من المصدر المذكور كفيل بالبحث ويمكن أن يدرس فقد يكون هذا الرأي الذي حصل عليه من المصدر المذكور كفيل بالبحث.

٢) كلما كان الرأي أقرب ألى آراء فئة من المستمعين كلما كان ذلك أدعى لبحثه.

٣) إذا لم يهمل أي رأي من الآراء كلما كان البحث دقيقاً.

٤) والآن ما هي المصادر الأخرى التي يمكن أن تفيد الإذاعيين في عملهم؟ هذه المصادر هي:-

١) رسائل المستمعين. ٢) نقد الصحف.

٣) ما يقال من نقد للإذاعات حتى في المجتمعات الخاصة.

٤) آراء المستمهين فيما وراء البحار.

٥- آراء مراسل الإذاعة.

وقد أحرت إحدى دور الإذاعة الكبرى في أوروبا في في أعقاب الحرب العالمية الثانية استفتاء دقيقاً واسع النطاق وحصلت على نتائج جديرة بالتسجيل أهمها:

١) ٣٥% من المستمعين لا يهتمون بنقد برامج الإذاعة.

٢) ٣١% من المستمعين لا يهتمون بالإعلانات التجارية فيي الإذاعة.

٣) ٤٤% من المستمعين ينقدون طريقة تقديم الأخبار مختصرة.

لا تعطي للمستمعين تفصيلات وعلى الرغم من عدم رضائهم عن هذه الطريقة فإنهم يستمعون إليها ويعتمدون عليها أكثر من اعتمادهم على الصحف.

٤) كل إجابة كانت تدل على المستوى الثقافي للمستمع.

٥) الأوساط الاقتصادية ورجال الأعمال أقل الناس استماعاً إلى برامج الإذاعة.

٦) بعض المستمعين لهم آذان موسيقية مرهفة ويحسون بأي نغم شاذ بل ويكاد يعرفون موضع الآلات أثناء العزف.

٧) الأذن التي تعودت الأستماع إلى المواد ذات المستوى الرفيع لا تستسيغ الاستماع إلى مواد ذات مستوى أقل.

٨) معظم المستمعين إلى البرامج مصادفة.

لقد لاحظ الباحثون بعض الأمور الطريفة الأخرى.. منها أن بعض المستمعين يتنقدون بعض البرامج دون الاستماع إليها حتى نهايتها وإنما يحكمون عيلها من الدقائق الأولى لإذاعتهما وأن من لا يهتمون بنقد الإذاعة هم أكثر الناس استماعاً للبرامج من غيرهم.

يقول الخبراء في الإذاعة أن واجب الإذاعات في البلاد المتحضرة التي ينتشر فيها التعليم أن تعدل برامجها إلى حد كبير وفقاً لآراء غالبية المستمعين وينبغي أن يؤخذ هذا الرأي بتحفظ في البلاد المتخلفة. وقد لجأت الإذاعات الكبرى إرضاء لأكبر عدد من المستمعين إنشاء عدة برامج ثايتة مراعية في ذلك التوزيع الجغرافي للمستمعين ولهجاتهم المختلفة. وتتكلف هذه البرامج ميزانية كبيرة يعتمد في أغلبها على حصيلة الرخص.

ومن الوسائل التي تلجأ إليها بعض الإذعات أن تحيط جمهور المستمعين أنفسهم بنتائج الاستفتاءات التي أجريت بينهم أولاً بأول وألوان البرامج المختلفة التي حصلت على تأييد المستمعين أكثر من غيرها ... وهذا يفيد في إقناع المستمع بأن أراءه لها وزن كبير عند هيئة الإذاعة من جهة ويفيد من جهة

أخرى في الإقلال من شكوى الأقلية من المستمعين الذين لم توافق الأغلبية على آرائهم فيدركون أن آراءهم لم تحز تأييد أغلبية المستمعين رأي سيبرت:

ويقول Siebrt في كتابه **Four Theories of The Press** أن وسائل الاتصال بالجماهير تأثر في أغلبها بالفلسفة السياسية والاجتماعية، وخاصة في الوقت الحاضر أن التاريخ هو الذي يحمل هذه الفلسفة إلى القراء والمستمعين مسئولون إلى حد كبير عن النهوض بهما والأرتقاؤ بمستواهما.

وبعد فإن الأذن وسيلة المستمع لقياس صلاحية المادة المذاعة في الإذاعة الصوتية ولا يمكن أن تكون مقياساً حقيقياً للحكم إلا بالتمرين ومواصلة الأنصات إلى المادة.

الباب الخامس

الدعاية وتأثرها بالصوت والصورة

الفصل الأول

المباديء العامة للدعاية في الإذاعة والتليفزيون

كلمة برباجندا Propaganda

أول من استعمل هذه الكلمة هي كنيسة روما في أهدافها الدينية وخاصة في حديثها عن صلة المخلوق بالخالق، والإنسان وعلاقته بالله، وكانت هذه الكلمة تردد التعبير عن نشر العقيدة الدينية بين الناس.

وفي القرن الثامن عشر نشأت في أوروبا بعض مكاتب للبروباجندا وكان الغرض من إنشائها التأثير على الآراء في داخل بعض الدول وخارجها ومع ذلك لم يفهم الناس الكلمة بمعناها الحالي تماماً حتى أنه في سنة ١٨٨٠ استعمل بعض المدرسين ومنهم السير وليم كوبت **William Gobbett** هذه الكلمة في دروس قواعد اللغة والتطبيق.

ولكن الحروب التي جعلت الزعماء السياسيين يدركون قيمة الدعاية وقوتها واستعملت الكلمة بعد ذلك بمعناها الواسع للدعاية وذلك حين أدركت الحكومات أنها تستطيع بالتعاون مع الإذاعات والصحف والتليفزيون أن تجتذب الرأي العام وذلك لأنها أهم مصادر الأنباء.

ورأت معظم الحكومات بعد ذلك أن الاقناع خير من السيطرة التي وكانت تعتمد عليها الحكومات فيما مضى لتدعيم مركزها فبدأت تهتم بهذا الجانب عن طريق الدعاية.

أسس الدعاية الناجحة:

أسس الدعاية الناجحة تعتمد على عوامل كثيرة ومباديء وظروف خارجية وداخلية ولا يتسع المقام هنا للتحدث في تفصيل عن كل ذلك وإنما سنحاول أن نعرف أهم المباديء العامة التي ترتكز عليها الدعاية الناجحة.

التأثير النفسي:

كاتب الفكرة الذي يهدف إلى التأثير ينبغي له أن يكون على علم بالحالة النفسية لمن يستمعون إليه والظروف التي يتحدث فيها فإذا كان يريد أن يؤثر بفكرته على الرأي العام في بلد بالخارج بصفته متواصلة فينبغي أن يكون مدركاً كما يجب أن تكون لديه معلومات عامة عن جمهور المستمعين له ومذهبهم السياسي بصفة عامة وثقافتهم أو بمعنى آخر ينبغي أن يلم بصفة عامة بالحالة السيكولوجية والثقافية والاجتماعية والسياسية في ذلك البلد وإذا استطاع أن ينتقل إلى هناك إذا تيسر له هذا فإن ذلك يكون أجدى فالاتصال الشخصي المباشر يفيد في اكتسابه معلومات قد لا يجدها في الكتب والصحف والدوريات ويفيد في تعرف الأحوال عن كثب.

هذا إذا كان رجل الدعاية قد وكل إليه القيام بدعاية متواصلة لهدف التأثير في بلد في الخارج.

وإذا أراد الداعي لفكرة ما أن ينشر هذه الفكرة فإنه يفسرها ويعرضها في شكل جذاب وفي طريقة تقنع السامع بأن هذا التفسير وحده هو الحق فإذا استجاب لذلك مثلاً عدد من المستمعين في اليوم الأول وأحسوا أن هذا الحديث جدير بالأنصات، فإن هذا هو بداية النجاح فعليه بعد ذلك أن يحاول ترسيخ هذه الأفكار في الأذهان مستخدماً الأساليب الصوتية التأثيرية دون

مبالغة في ذلك ويوماً بعد يوم سوف يجد آذاناً صاغية لحديثه، تحاول الإستماع إليه يشمل منتظم وينقلب هذا الاستماع إلى عادة، ليس من اليسير التخلي عنها، ويتطور هذا من مجرد محاولة أنصات عادية إلى شخص بعينه أو رأي خاص, إلى لون من الثقة في شخصية المتحدث وعقيدة تتكون لدى المستمعين حول ذلك الموضوع. هذه الثقة لازمة لضمان التأثير في نفسيات المستمعين.

وعلى الكاتب بعد ذلك دور آخر، هو تنمية هذه الثقة في النفوس بأن يسير على النهج نفسه في معالجته للأمور فإذا انحرف بفكرته انحرافاً يسيراً فلن يكون ذلك إلا لضرورة قصوى أو لظروف ملحة ختمت ذلك الانحراف وفيما عدا هذا فإنه يجب أن يسير في نفس الطريق الذي بداء حتى لا يفقد الثقة التي يحاول تنميتها في النفوس.

النواحي الإنسانية:

وفي الوقت ذاته ينبغي أن يستعين الداعي لفكرة ما بوسائل كثيرة منها إذارة النواحي الإنسانية في نفوس المستمعين فإن ذلك يجتذب اهتمامهم وعطفهم على الفكرة بذاتها ويحرك عواطفهم نحوه بصفة عامة وهذه الناحية الإنسانية يمكن للداعي أن يستخلصها حتى من الأخبار والتصريحات ومن مناسبات كثرة وهي طريقة ناجحة لعرض الفكرة ف صورة مؤثرة.

ومن الأمور التي يلجأ إليها بعض رجال الدعاية ويمكن أن تكون أيضاً موضع اعتبار لتقريب المتسمع دون محاولة لاستجداء رضاه ذلك باستعمال الألفاظ المختارة المهذبة والتعبيرات التي تنم عن تقدير المتحدث للمستمع. فهذه الأمور وإن كانت تبدو بسيطة إلا أنها ذات أثر في نفسية المستمعين ولدى بعض فئاتهم بصفة خاصة.

الطريقة الإيحائية:

والطريقة الإيحائية من أنجح الطرق في التأثير عن طريق الدعاية وهذه الطريقة يمكن أن تستخدم إما لإزالة فكرة قديمة أو تغيير رأي ثابت في الأذهان، أما لتثبيت فكرة جديدة، وأكثر الطرق الإيحائية تأثيراً في النفوس تقوم على أن الناس يتعقبون حديث الدعاة لأول وهلة إذا كانت موافقة لمذاهبهم ومعتقداتهم أو آرائهم، فرجل الدعاية الناجح هو الذي يوهم لأول وهلة، في خطواته الأولى كأنه لا يجد غضاضة هذه الآراء التي لهؤلاء الناس، ثم يستطرد في حديثه يوماً بعد يوم محاولاً تفسير هذه الآراء والمذاهب تفسيراً يقودهم في النهاية إلى حالة نفسية من عدم الاطمئنان النفسي لمذهبهم، ودور رجل الدعاية بعد ذلك هو البحث في هذه المذاهب والآراء وبين الموضوع الذي يتحدث عنه أو الفكرة التي يدعو لها ومحاولة توثيق هذه العلاقة وعرضها في قالب مؤثر معه قبول ذلك الرأي.

فن الكتابة للدعاية:

الكتابة لغرض الدعاية تستلزم معرفة تامة بأسباب توثيق الصلة بين الإذاعة والمستمعين. وكذلك توثيق الصلات بين الموضوعات التي تعالجها الإذاعات وبين رغبات وأماني ومجال اهتمام المستمعين كما ينبغي أيضاً معرفة مدى تأثر المستمعين بهذه الدعاية.

وتأثر المستمعين بالإذاعة يكون بزيادة إقبال المستمعين على برامجها المختلفة مثلها في ذلك مثل الصحف وزيادة توزيعها فإذا زاد توزيع صحيفة زادت قوة تأثيرها، ولذلك فإن الدعاية لفكرة أو لمذهب أو لأغراض تجارية أو غيرها في الولايات المتحدة مثلاً يقدرون فيها الكثرة العددية إلى جانب المستوى

الثقافي قبل أن يختاروا الصحيفة التي يوجهون فيها دعاياتهم ويوازي رجل الدعاية بين قوة الإذاعات ودور التليفزيون والصحف هناك وبين الإذاعات والصحف بعضها البعض وصلة ذلك بهدفه السياسي أو التجاري أو غيره وبينما يفضل بعضهم الدعاية عن طريق محطات الإذاعة يفضل البعض الدعاية عن طريق الصحف اليومية التي يبلغ توزيعها ٤٥ مليون نسخة يومياً ويرى البعض الدعاية عن طريق الإذاعات والتليفزيون والصحف جميعاً مما دعا أصحاب الصحف الكبرى بألا تكون في حوزتهم الصحف فقط بل محطات الإذاعة ودور التليفزيون أيضاً.

وإذا كانت الصحافة العالمية بصفة عامة هي المرآة التي تنعكس على صفحاتها صورة الرأي العام العالمي، إلا أن ما يقال دائماً في الصحف يكون أكثر تحفظاً من الصحف، ومع ذلك يمكن أن يكون تاريخ الصحافات والإذاعات خير مرشد يوضح للباحثين عن الرأي العام وتطوره تاريخ التطور في العقائد والآراء.

إذا كانت فكرة الدعاية ترمي إلى لون من الدعاية الشخصية المقنعة فإنها تكون أبلغ أثراً إذا كانت تنصب على أعمال الشخص المراد الدعاية له أكثر مما تنصب على الشخص ذاته: حتى يتبين الناس الشخص من أعماله، مع مراعاة عدم الخلط بين البرامج العامة وبرامج الإعلانات التجارية.

وكلما كان المشترك في الدعاية من المحايدين كلما كان ذلك أقوى أثراً حتى لا يدرك المستمع أو الرائي أن هذا الحديث من قبيل الدعاية وهكذا تكون الدعاية أقوى أثراً، إذا لم يدرك المستمع أو الرائي أنها دعاية.

ومع ذلك يرى البعض أن شرط نجاح الداعي لفكرة ما أن يكون إلى جانب قدرته ومعرفته بأساليب الدعاية الحديثة، أن يكون من المؤمنين بها،

ويرون كذلك ألا يعهد الدعاية لفكرة ما إلى شخص دون أن يكون من المؤمنين بها، لأن ذلك أدعى إلى نجاحها، بينما يرى البعض الآخر أن القدرة على القيام بالدعاية والمعرفة بها هي العامل الأول أما عن ضرورة الإيمان بفكرة الدعاية فيقول هذا الرأي أنه لا يمكن افتراض أن يكون القائم بالدعاية من المؤمنين بجميع الأفكار التي يدعو لها وإنما يكتفي بضرورة ألا يكون من المعارضين لهذه الأفكار.

استغلال الظروف الخارجية والداخلية:

الظروف الخارجية والداخلية ذات تأثير على بعضها البعض وذات صلة بالحالات النفسية للمستمعين فتثير في النفوس أحياناً شعوراً عابراً قديغاير الشعور السائد، والإذاعات تستغل هذا الشعور العابر أحياناً في الدعايية لفكرة بعينها. وليس من الضروري لنجاح الدعاية أن يكون قادراً على خلق شعور الرضا نحو فكرته التي يدعو لها بل يمكن أن يكون ناجحاً أيضاً إذا استخدم الشعور السائد في تدعيم دعايته والعمل على تقوية هذا الشعور وتوجيهه.

على أنه من النسلم به أن هناك سباقاً في استغلال الظروف في تدعيم وجهة أنظار الددعاة في دعاياتهم فينبغي لمن أراد النجاح في دعايته أن يسبق غيره في استغلال هذه الظروف وأن حادثة واحدة قد تفسر على وجهين أو أكثر وقد تتناقض هذه التفسيرات بعضها مع البعض أحياناً فيجب ألا يترك الداعي الفرصة لغيره من المعارضين لرأيه في استغلال هذه الظروف ليثبتوا وجهة نظرهم في الأذهان ويفوتو عليه الفرصة في ذلك.

وإذا استعان الداعي إلى فكرة ما بما وصل إليه من أحد المراسلين أو المندوبين فينبغي أن يعيد كتابة ما وصل إليه بالطريقة التي تتلاءم وعرض الموضوع الذي يتحدث عنه واستغلال ما يكون قد وصل في رسالة المراسل أو

المندوب من الجو الذي لمسه بنفسه، أو الصلة بين الظروف وصداها في البلد الذي كتب فيه رسالته وأن إعادة الكتابة لا تفيد الدعاية فقط وإنما تفيد في صياغة الموضوع ذاته إذ أن الظروف التي يكتب فيها المرسل أو المندوب قد لا تكون مناسبة بحيث يمكن استخدامها كما هي دون كتابتها من جديد.

هذا ومن جهة أخرى يمكن أن يستعين رجل الدعاية في كتابته بإجابات لما يأتي: من؟ وماذا؟ وكيف؟ ومتى؟ ولماذا؟ فإن الإجابة عن ذلك تفيد في كتابة موضوعه للدعاية كاملاً منقوصص كما ينبغي تجنب الجمل الاعتراضية ما أمكن وحذف كل كلمة يزيد عن الحاجة دون تؤدي عملاً في تقرير المعنى الذهبي.

ومن أسباب أخفاق الدعاية تورط القائم بها دون أن يدري في مبالغة لبعده عن الواقع. أما المبالغة المعقولة إذا كانت ترتكز على ظل من الحقيقة والواقع يمكن أن تثمر وتساعد على تحقيق الهدف المقصود.

أما المبالغة تبعد بذهن المستمع كلية عن الواقع فإنها تولد عدم الاطمئنان إلى ما يقال حتى ولو كان لبعضه أساس من الصحة وهذا يؤدي إلى أضعاف الثقة التي ينبغي على الداعي أن يعمل دائماً على بنائها وتنميتها.

والقدرة على التلوين مع الأحساس بالمسئولية من الأمور التي يرى بعض الباحثين ضرورة توفرها في الدعاية وكذلك قوة الافتراض لما قد يثيره البعض من قول معارض لفكرته.

الفكرة يجب أن تنبثق كم ذهن السامع في سهولة. واستعمال الالفاظ المختارة والتعبيرات الجذابة في العرض له أثره في أن تصل الفكرة إلى الأذهان واضحة قوية حتى تستطيع أن تزاحك الأفكار الأخرى الراسبة في الأذهان وطريقة العرض الصحيحة تساعد في تحقيق الهدف السالف فينبغي أن ترتب

الأفكار حسب الأهمية.

وتحكم الداعي في عواطفة من الأمور التي ينبغي أن تتوفر لكل من يدعو إلى فكرة ما فإذا تحكمت عواطف الحب والبغض في نفس الداعي فإن انفعالاته تكون واضحة الأثر فيما يقول وتبدو واضحة للمستمع مما يضعف من إقبال المستمع بسب خضوع الداعي لعواطفه الشخصية.

ويلجأ بعض الدعاة إلى التأثير على العواطف ويلجأ بعضهم إلى التأثير على العقول فيحضعون ما يكتبونه للحكمة والمنطق، ورجل الدعاية الناجح هو الذي يعتمد على الناحيتين العقلية والعاطفية فإذا اعوزه الدليل العقلي المنطقي إلى التأثير العاطفي وهكذا.

وتوجيه الشعور الوجهة التي يريدها الداعي لا يقل أهمية عن خلق شعور جديد فليس من الضروري أن يكون الداعي ناجحاً فقط إذا كان قادراً على بث عقيدة ي النفوس، وإنما يمكن أن يكون ناجحاً كذلك إذا استطاع أن يفيد من الشعور الموجود أصلاً ويسيره معه في دعايته أو كما يقال بناء فروع لنهر موجود أصلا.

فإذا أقر المستمع فكرة جديدة نتيجة لجهود رجل الدعاية في ذلك في ظروف إثارة مشاعره واجتذابه سوف يعمل طائعاً بهذه الفكرة في ظروف حماسه وهدوئه على السواء.

غير أن الخطأ الذي يقع فيه بعض الدعاة هو أنهم يفترضون إن النتائج التي لمسوها نتيجة لجهودهم في الدعاية والتي فد يلاحظون آثارها في المجتمع حولهم، من الخأ الاعتقاد بأن هذه النتائج مقدر لها ان تسير إلى الأمام دائماً في نفس الاتجاه.

أثر العامل الثقافي:

كاتب الفكرة ينبغي أن يكون واسع الثقافة غزير المادة وملماً بمختلف التطورات في المجتمعات المحلية المحافل الدولية وبالظروف المختلفة التي يكتب فيها فكرته. وبالنسبة للمستمع هناك نوعان من الظروف الأولة وتعتبر خارجة بالنسبة له وظروف أخرى نفسية داخلية، والمهارة تكون في سلامة الربط بين هذه الظروف في الحالين فينبغي إلا يترك الفرص المواتية والظروف المناسبة تضيع هباء بل يجب أن يحاول معرفة الصلة بين الفكرة وبين الأحداث الجارية وأن يوجد ما أمكن هذه الصلة بينهما.

والمعلق على الأنباء الذي يريد أن يويل اللبس فيما يختص بحادثة ما ينبغي أن تتوفر فيه شروط ثقافية أكثر مما تتوفر لمحرر الأنباء كما ينبغي أن يلم بأنباء الأمس بجانب اليوم. وإذا كان معروفاً أن أنباء الأمس بالنسبة للإذاعات والتليفزيون والصحف اليومية تعتبر أنباء ميتة إلا أن المعلق ينبغي له أن يلم بكل مشكلة إلماماً كافياً ولا نعتبر هذه الأنباء القديمة ميتة بالنسبة له، وذلك لحاجته دائماً في تعليقاته إلى الربط بين هذه الأنباء أثناء تحليله للحوادث. ورجل الدعاية لا يستطيع أن يعلق على الحوادث العالمية والمشاكل الدولية تعليقاً صحيحاً أو يدعو لفكرى بطريق الإيحاء ما لم يعرف أصول هذه المشاكل وفروعها. كما ينبغي كذلك أن تكون هذه الفكرة مسايرة للسياسة التي تسير عليها الإذاعة أو التليفزيون أو الصحيفة جنباً إلى جنب.

فالمعلق يحصل على المعلومات والأنباء وتطوراتها قبل كتابة تعليقاته والمفروض أن الإذاعات والتليفزيون والصحف تحصل أو تعطي لها جميع الأنباء ما لم يكن من المصلحة العامة حبسها عن النشر ففي الولايات المتحدة مثلا تنتشر دور الإذاعات والتليفزيون والصحف بعض الأنباء فمعنى ذلك أن هذه

الأنباء ليست للنشر ولي المعلق ألا يعتمد فقط على ما يصل إليه من أنباء ينبغي أن يعني هو بالحصول على الأنباء التي تفيده في تعليقاته.

الفرق بين التفسير والتعبير في الدعاية

هناك خط رفيع بين التفسير والتعبير فمن العسير على المتحدث أن يكون مفسراً للأحداث إلا من وجهة نظره فهو يحاول أن يربط بين بعضها والبعض الآخر وقد يحذف بعض الحوادث اليسيرة من حسابه حتى لا يضعف ذلك من قوته وتأثيره أو لأن مدلول هذه الحوادث لا تتفق مع الخطة التي يهجف من ورائها الوصول إلى سمع المستمع وقلبه، أو عقله وعقيدته. والتعبير عن الرأي يستلزم أيضاً نظرة فاحصة للأمور والأحداث وتحليلها حتى يخرج من ذلك ببعض الأدلة التي يستند عليها رأيه.

وعلى ذلك فإنه يصعب الفصل تماماً بين التفسير والتعبير في أسلوب الدعاية.

ولا ينبغي أن يحس المستمع بأن الداعي قد نصب نفسه محامياً مدافعاً عن الفكرة التي يدعو لها بل ينبغي أن يحس وكأنه قاض يريد أن يزن الأمور بميزان الحق والعدل فإن ذلك يولد حالة من الاطمئنان النفسي عند المستمع وهذا يحتاج إلى دراية بفن القول.

ولم يكون المفكر و المعلق قادراً على إدراك هدفه إلا إذا كان على قسط كبير من المعلومات العامة والثقافة الواسعة كما ذكرنا فينبغي أن يلم بطرف من كل من العلوم العصرية الحديثة وما يفيده في عمله إلى جانب التخصص حتى يستطيع أن يجد في ذهنه المعلومات التي تسعفه في تعليقاته. والأمر يحتاج إحياناً إلى سرعة وفي هذه الحالة لا يكون لديه الوقت الكافي للرجوع إلى المكتبة.

ولعل هذا هو السبب فيما ذهب إليه الكاتب الشهير برنارد شو Bernard Shaw الذي كان يرى ضرورة الفصل بين العمل الصحفي الأخباري وبين فلسفة السياسة.

ويختلف المستمعون في هدف الاستماع حتى إلى المادة الواحدة فبينما نجد بعض المستمعين على سبيل المثال يستمعون إلى الأنباء والتعليقات على أنها مادة كمواد البرنامج الأخرى التي يستمعون إليها بصفة عامة دون أن يعبروها اهتماماً خاصاً نجد آخرين يحرصون على ألا تفوتهم فرصة الاستماع إلى الأنباء والتعليقات. وهذا الفريق الأخير من المستمعين قد لا يستطيع أن يأوي إلى فراشة في هدوء إلا بعد أن يستمع إلى الأنباء وتفسيرها والتعليق عليها حتى يقف على حقيقة الموقف وتطوراته ويزيل ما قد يكون في ذهنه من غموض.

والعادة بطبيعة الحال عامل قوي له أثر عند المستمعين فعادة الاستماع إلى الأنباء والاهتمام بها في أوربا لم تكن بهذه الدرجة قبل عام **١٩٣٩** كما تدل على ذلك الاحصائيات بالنسبة لللمستمعين في كثير من الدول التي خاضت غمار الحرب وقد لازمت هذه العادة الكثير من هؤلاء المستمعين هناك حتى اليوم.

وإلى جانب ذلك كله فإن حاسة الشم تلعب دوراً كبيراً في إقبال المستمعين على هذه المادة في البرنامج وهي صفة من أهم الصفات ينبغي أن تتوفر للمعلق وللداعي إلى فكرة ما ويريد أن يدعم لها من تنبوءاته فيستطيع أن يرتب الأحداث وما سوف ينبني عليها في السمتقبل ويمكن أن تساعده في ذلك التصريحات مهما كان فيها من تحفظ والصورة وما فيها من تعبير، إلى غير ذلك، وحاسة الشم القوية وحدها كافية لجعل الداعي إلى فكرة ما في مقدمة الناجحين طالما يستطيع أن يجتذب المستمعين وينال ثقتهم لصدق تنبؤاته السياسية.

ولذلك فقد ظهرت في السنين الأخيرة بشكل واضح أهمية الأحتفاظ بمستوى ثقافي وتعليمي ومهني معين للصحفيين ومن يعملون في دور الإذاعات والنشر حتى أنه قامت جمعيات صحفية أشترطت لعضويتها شروطاً ثقافية وتعليمية ومهنية ومن هذه الجمعيات جمعية أسمها:

A. A. S. D, J.

من أهم الأمور في الحياة حاجة الإنسان للتعبير عن نفسه وأدرك جوانب الحياة على اختلافها، وترتكز الدعاية الناجحة على أن الصورة التي تنبثق في ذهن الإنسان كثيراً ما تكون أروع مما تراه العين.

الفصل الثاني

الأسلوب الدعائي في الإذاعة والتليفزيون

لم تكد الدعاية في العصور المختلفة تنفصل عن الفلسفة بل لوحظ هذا الأثر الكبير الذي أحدثته الفلسفة في الدعاية وكان الهدف بطبيعة الحال هو الوصول بالأساليب المختلفة للدعاية إلى الدرجة التي تمكنها من إرساء قواعد وأسس للأفكار التي يحاول الدعاة تركيزها في العقول والأفهام.

ولما كان المنطق من أهم الأسس التي يعتمد عليها الدعاة في دعايتهم فقد ظهر هذا الأثر واضحاً خاصة في السنين الأخيرة وخاصة في الفترة بين الحربين العالميتين كما ظهرت تغيرات جديدة لم تمن معروفة من قبل وهذه التغيرات إن دلت على شيء فإنما تدل على التطور الفكري في استخدام التعبيرات الفلسفية.

وليس معنى هذا أن الفلسفة بعلومها لم تكن تستخدم في القديم كوسيلة من الوسائل التي يعتمد عليها في تثبيت الأفكار أو بث فكرة جديدة في العقول وإنما لم تتكور الأساليب وتستخدم الألفاظ الفلسفية في الدعاية بشكل منظم إلا منذ الحرب العالمية الأخيرة.

وقد كانت هناك مناقشات بين كثير من الساسة في العالم وذلك منذ أن عرفت كلمة سياسية بمعناها الفلسفي وفهم معناها على الوجه الصحيح زلقد لمعت أسماء الكثيرين في القديم في الميدان الدعائي وكان من هؤلاء ديموستين في دعايته ضد فيليب وسيشرون ضد كاتيلينا كما لمعت أسماء كثيرة معروفة في

العصر الحديث، وقد أخذت هذه الدعاية أشكالا مختلفة وكان بعض الدعاة على المام منقطع النظير بالأساليب التي تقرب بالحكام إلى قلوب الجماهير.

ومن أقوال بعض الدعاة المعروفين أنه لا يكفي أن يكون الحاكم قائماً بعمله بنجاح دون أن يعرف الناس ذلك.

ولم يكن للدعاية من حيث هي فن ذو تأثير كبير على الرأي العام، لم يكن لها التأثير المنظم إلا منذ فجر القرن العشرين فأصبحت لها مقوماتها وميدانها وظهرت فنون عديدة للدعاية وتكنيكات جديدة للأخبار ووسائل الاتصال بالجماهير.

أسلوب القرن التاسع عشر:

تتميز بداية القرن ١٩ بظهور كثير من الأمم التي أخذت توحد من نفسها تقوي بنياتها، واصبحت كلمة مواطن كلمة ذات معنى ومن هذا المعنى المشاركة في الانتخابات، وقد أخذت تظهر قيمة المواطن في أوروبا شيئاً فشيئاً حتى كانت سنة ١٨٧٠ حينما أندلعت الحرب وظهرت الطبعات الخاصة للصحف وأخذ بعض الساسة يشجعون التعصب للأفكار ولولا إدراك هؤلاء لما وصلت إليه الأفكار من حالة التبلور ما كان من الممكن أن يكون لمثل هذه الدعايات والدعوات الأثر الفعال.

وكما كان للزمن أثر كبير في تبلور الأفكار فقد كان له أيضاً أثر على عادات المواطن وتقاليده وبالتالي على رأيه وذلك بناء على تطور هذه العادات والتقاليد.

ويقول بعض علماء النفس أنه كان من تأثير الحربين العالميتين الأولى والثانية أن نشأ لدى المواطنين في البلاد التي نشبت بها الحروب نوع من

الحساسية تدفعه إلى الانخراط في المجموع وكان على الساسة أن يستغلوا هذه الحساسية في التأثير، وساعد على ذلك تقدم وسائل المواصلات والاختراعات التي ظهرت خاصة في أعقاب الحرب العالمية الثانية.

وكان الميدان الأعلامي من أهم الميادين التي تناولها الدعاة فلا شك أن جمهور المستمعين في الداخل والخارج كانوا أبان الحرب متعطشين إلى الأخبار وكان هذا بطبيعة الحال من أهم الميادين التي وجد فيها الدعاة أرضاً خصبة لبث دعايتهم، ورغم أن الحرب العالمية الثانية قد انتهت منذ سنوات طويلة إلا أن معظم عادات المستمعين ظلت في غالبها كما هي، فالجمهور التي تعود إلى الاستماع إلى نشرات الأخبار سنوات طويلة أبان فترة الحرب قد أصبحت لديه عادة الاستماع حتى الآن وأصبح معظم الناس يميلون إلى الاستماع إلى هذه النشرات الأخبارية التي تعود الاستماع إليها سنوات طويلة.

الأساليب الحديثة:

ولقد تناولت الوسائل الإعلامية في ألمانيا على يد جوبلز كثيراً من الأساليب المختلفة التي تهيىء جوا وتأثيراً على المستمعين ومن هذه الأساليب خلق الوهم بالإجماع ويقول كيرت ريس **Curt Riess** أن جوبلز قفز إلى بالوسائل الدعائية إلى درجة عالية من الفن ونجح في إنقاذ الأمر بالنسبة حزبه في عام **١٩٣٢**.

وخلاصة هذا الموقف هو أن جزب جوبلز كان يخسر في الانتخابات في بعض الدوائر حتى أنه خسر **٤٥** مقعداً في الرايخستاغ مما كان يظن أن حزبه سوف لا ينجح فيها وأراد جوبلز أن ينقذ الموقف فوكز كل جهوده على دائرة معينة في ليبه ديتمولد في ألمانيا **LippeDetmol** وكانت هذه الدائرة تضم **١٥٠** ألفاً من السكان ورسم جوبلز منهجاً لدعايته هناك بشكل لم يكن متوقعاً

وكان أن تعاقب الخطباء الذين انتقاهم جوبلز من أقوى شخصيات حزبه وممن تتوفر لهم صفات الخطباء المفوهين وتجمع الناس ليستمعوا إلى هؤلاء الخطباء البارزين واستطاعوا أن يتأثروا بخطبهم ونجح حزب جوبلز نجاحاً منقطع النظير في هذه الدائرة التي لم يكن متوقعا فيها النجاح وذلك بفضل التركيز الدعائي.

وكان من نتيجة ذلك تولد الشعور لدى الرأس العام بأن جزب جوبلز يلاقي نسبة تأييد إجماعي من شعب ألمانيا، ونجحت المناورة في التأثير على الرأي العام وكان جوبلز يسمى هذه الانتخابات التي تجرى في البداية بأنها انتخابات الطليعة وكان يرى فيها أهمية بالغة في التأثير على الرأي العام.

الواقع أن الدعاية تستلزم وسائل فعالة لتنظيمها ومن أهم هذه الوسائل الإعلامية كما ذكرنا وهي تحتاج إلى جهد متواصل من إمداد المستمعين بالأنباء التي يهمهم معرفتها مع الاهتمام بالوقائع وخواص القطاعات المختلفة من الرأي العام، وتلعب الصورة واللون دوراً كبيراً في توضيح وتأثير الأنباء.

وكان جوبلز يهتم خاصة بالإحصائيات ويستخدمها في كثير من خطبه بياناته.

ولما كانت الدعاية تعمل غالباً في ميدان مفتوح، فإن الرأي العام الذي يتأثر بها معرض للتأثر بمؤثرات أخرى مختلفة ولذلك كان جوبلز يقدم استشاراته فيما يختص بكل المسائل التي يحتمل أن يكون لها صدى عند الرأيالعام، وكان يحاول أن يحصل على تأييد مقدماً يشرح وجهة نظره لما كان يزمع أن يتخذ من قرارات تؤثر تأثيراً مباشراً في الرأي العام.

ومن أشهر من لمعت أسماؤهم في الدعاية في الحرب العالمية الأولى هو اللورد نور ثكليف وكان يحاول أن يوضح لحكومتة أن الدعاية التي كلف بالقيام

بها لا يمكن أن تكون بمنأى عن سياسة الحكومة في ذلك الوقت بل من الواجب أن يتم وضع نظام دعائي يوضح فيه الأعمال وأهدافها ليس فقط للحاضر وإنما للمستقبل كذلك، حتى يحس الرأي العام أن ليس هناك تناقض بين سياسة الحكومة وبين المواد الدعائية.

الفن الدعائي ووسائل النشر:

والسءال الذي قد يتبادر إلى الأذهان هل الوسائل الحديثة للدعاية هي التي ابتدعت فن الدعاية_ الواقع أن الدعاية بمعناها المفهوم كانت سابقة على الوسائل التكنتكية للنشر وإنما جعلت المخترعات الحديثة من الممكن أن نثبت فن الدعاية إلى درجة عالية من الإمكانيات بل أكثر من ذلك فإن المخترعات الحديثة ألقت عبئاً على الدعاة، فزيادة الإمكانيات أوجب رفع المستوى الفني لأساليب الدعاية حتى تواجه هذا التقدم الهائل في الوسائل التكنيكية. والمواد الكلامية ذاتها تطورت مع الزمن سواء في الفن الذي يتناولها أو وسائل نشرها بل وأكثر من ذلك في مقابل انتشار بعض المصطلحات والكلمات المستعملة حديثاً واختفت كلمات كما أن تطور الحياة ذاتها جعل من الضروري الاستغناء عن لون من الفنون أو على الأقل الإقلال من استخدامه وتفضيل فن آخر عليه فالأسطورة مثلا وهي التي كان يتغنى بها القدماء حتى في دعايتهم فقدت أهميتها الكبيرة وكان من نتيجة ذلك الإقلال من استخدامها وأصبح من الضروري اللجوء إلى الواقع فليس من السهل في العصر الحديث الذي يزخر بالماديات أن يتجاهل الدعاة الواقع ويلجأوا إلى الخيال.

وليس معنى هذا أن الخيال ذاته فقد قيمته لأن فن الدعاية الحديثة لا يتجاهل الخيال لأن المخيلة تعتبر من الأهداف التي يحاول أن يؤثر فيها الدعاة، ويتوقف نجاح الداعي إلى فكرة ما يتوقف إلى حد كبير على قوة تأثيره في مخيلة

المستمع ولعل السبب في ذلك هو أن الخيال كما يقول بعض رجال الدعاية ـ كثيراً ما يكون أروع من الحقيقة.

وعلى سبيل المثال نقول أن الدعاية كانت تستخدم الشعر في القديم وتهتم به، فكانت الأساطير القومية وظهرت أشعار هوميروس وفيرجيل، ثم تطورت وسائل الدعاية وفنونها، وبدلاً أن يهتم الدعاة بالأساطير، اهتموا بسرد القصص الواقعية التي تصور ماضي الأمة وحاضرها بل وأكثر من ذلك فقد أرسيت أسس مختلفة لقصص تصور المستقبل.

على أن هناك من الدلائل ما يشير إلى أن الدعاية الحديثة فيما عدا الأخبار من موادها لم تتخل كلية عن الشعر، ذلك لأنها لجأت إلى استخدام الإيقاع المعروف في الشعر، وسحر الكلمات الجذابة، وأحياناً اقتباس بعض الصور الشعرية كما أن الدعاية الحديثة لم تهمل المواقف الدرامية، وأخذت تستغل بعض المواقف التي تخدمها في دعايتها على خشبة المسرح.

كما أن المبالغة والتهويل التي قد يلجأ إيلها الدعاة المحدثون في بعض الدول أحياناً، تعتبر إلى حد ما من خصائص الشعر الذي يصبح وراء الخيال بل قد يتعمد بعض الدعاة المحدثين إلى خلق أحلام جماعية بين الناس ولكن إذا أسيء استخدام الأحلام الجماعية فقد ينهي ذلك إلى نتائج غير ما يتوقعه الدعاة، ذلك أن خلق حلم جماعي، يتعارض مع الوقائع، هو بمثابة محاولة لأحلال وقائع محل الحقائق، فإذا كانت هذه الوقائع لا تستند إلى حقائق جذرية، كانت النتيجة عكس ما يتوقع الدعاة ومن أمثلة المسائل الملحة بمثل هذا الموضوع، نشر الأخبار فالمعروف أنه في زمن الحروب، تمنع الرقابة في بعض الدول نشر الأخبار الضارة بالقضية التي تحارب من أجلها، وقد أصبح ذلك عادياً في زمن الحرب لدى كثير من الدول.

ويرى بعض رجال الدعاية، أن النشر عن الأعمال المقبلة ثم تحقيقها بالفعل في وقتها، يعتبر براعة دعائية فهو يرسي في النفوس قواعد الثقة. وينبغي ملاحظة الفرق اليسير بين وظيفة الدعاية ووظيفة الأعلام. ولقد تعرضت بعض لجان الأمم المتحدة لحرية الأعلام ولا يتسع المجال لذكر التفاصيل الخاصة بذلك الموضوع في هذا المقام.

ونظراً لأهمية الأحصائيات في الدعاية فقد اهتم الدعاة المحدثون باطلاع الرأي العام أولاً بأول على الأحصائيات لأن لغة الأرقام كثيراً ما تغني عن تفاصيل قد تكون زائدة عن حاجة المستمع العادي، وبعد أن كانت الأحصائيات تواجه الدعاية أحياناً فقد لجأ الدعاة إليها لأرساء الثقة في النفوس.

وتخلف قيمة الفرد والجماعة في نظر الدعاة المختلفين من حيث هي مجال للتأثير، فيقول فرويد أن عالم الفرد يتحدد بفئة ضئيلة من الناس اكتسبوا أهمية كبيرة.

ويرى جالوب رأياً مشابهاً حين، يقول أن ميل الأغلبية إلى أتباع الأنطباع العام هو في الواقع ميل إلى اتباع الجماعة الصغيرة التي تعتبر بالنسبة للفرد عالمه.

وتستفيد بعض الدول الكبيرة بعلماء الاجتماع للاستنارة بآرائهم في بعض حقول الدعاية حتى يمكن الوصول بالدعاية إلى أهدافها المرسومة على أساس أن هناك تفاوت في التأثر بين فئات المجتمع المختلفة، فالمعروف أن علماء الإجتماع على علم بحالات المجتمع المختلفة وأساليب حياتهم وعاداتهم وطرق معيشتهم وآرائهم، ويدركون ما يمكن أن يؤثر فيهم من دعاية وما لا يمكن إلى غير ذلك. على أن الكثيرين من الدعاة المحدثين لا يعتمدون اعتماداً كلياً على ما يقدمه لهم

علماء الاجتماع في هذا الشأن وإنما يحاولون الاعتماد على أنفسهم في ذلك، فإذا برجل الدعاية لا يعتمد على المعلومات التي تصله لدعايته فحسب وإنما يحاول أن يقوم بالجولات المختلفة التي يطلع خلالها على الحقائق الأخرى التي تفيده في دعايته.

الكلمة والصورة تحملان الفكرة وعندما تكون الفكرة واضحة قائمة على المنطق فكذلك تكون الكلمة والصورة واضحتين إذا استخدمت الوسائل المنطقية والتكنيكية الحديثة.

ورجل الدعاية الناجح هو الذي يستطيع أن ينقل الفكرة إلى الجمهور في صوت أو صورة تحملان التأثيرات المختلفة للمعاني التي تهدفها الدعاية وأخص هذه المعاني وأسبقها للتأثير هي المعاني الإنسانية فليس هنام قدر من المشاركة يمكن أن يكون لدى المستمعين أو النظارة أكثر من قدر المعاني الإنسانية التي تمس المشاعر الإنسانية التي هي جزء من كل فرد من أفراد الجمهور.

على أنه كثيراً ما تصطدم الدعاية بدعاية أخرى في اتجاه مضاد، ولذلك وجب أن يحتاط لذلك بالاستعانة بالمصادر المختلفة، والتنسيق بينهما حتى تكون هناك ما يعرف بحملة الدعاية وفي هذه الحالة يمكن تحويل الشعور من حالة إلى حالة، وفقاً لما تتطلبه الظروف والتغييرات كما يمكن كذلك تشكيل الآراء بما يفيد وجهة نظر الداعية.

والتأثير على الآراء لا ينبغي أن يكون بتغيير الحقائق أو تشويهها وإنما يمكن تعديل نظرة المستمع بالنسبة لموضوع معين أو حقيقة واقعية بحيث أن تبتقي وجهة نظر الداعي، وبذلك يمكن كسب ثقة المستمع بعدم تغيير الوقائع من جهة، وباجتذابه نحو نظرة الداعي من جهة أخرة، ويرى الباحثون أنه ليس صحيحاً أن الدعاية المنظمة كفيلة بالسيطرة على المستمع أو الرائي وآرائه حتى

لو كانت قائمة على تغيير الحقائق، وإنما الصحيح أن الدعايو تكون أكثر احتمالاً للنجاح إذا أمكن تغيير وجهة نظر المستمع بالنسبة لموضوع معين دون تشويه الحقيقة في ذاتها.

ويرى الباحثون كذلك أن الدعاية السياسية المحكمة التوجيه أكيدة الثمرة مثلها كمثل الدعاية التجارية المنظمة عن طريق الإعلان وإن اختلف الهدف.

الباب السادس

المادة الفنية للصوت والصورة

مادة التمثيلية:

هناك وجه للشبه بين التليفزيون والراديو من حيث طبيعة المجتمع الذي يحيط بكل منهما، هذا الشبه واضح في أن لكل منهما مجموعة صغيرة من النظارة أو المستمعين تستطيع أن ترى أو تسمع المادة التي ترسل إلى أنظارهم أو أسماعهم عدداً من المرات حسب الإرادة، كما أنه يجرى إعداد البرامج في ظروف متشابهة إلى حد ما. وبطبيعة الحال يختلف التليفزيون عن المسرح والسينما فيختلف عن الأولى في أن جمهوره أصغر حجماً من جمهور المسرح ويختلف عن الثاني أيضاً بهذه الناحية إلى جانب أن التليفزيون يستطيع أن يكون أسرع في إذاعة الأحداث.

وعلى ذلك فإن فن إذاعة الصوت والصورة فن يكاد يكون مستقلا بذاته عن فنون المسرح والسينما والراديو بالرغم من وجود بعض أوجه الشبه التي أشرنا إليها.

والمعروف أن مناظر التليفزيون تبني في الأستديو إلى جانب بعض الحيل الفنية الأخرى التي تساعد في اختصار الأعداد. وليس الحال كذلك في السينما لأن الحركة في التليفزيون مقيدة وليست مطلقة كما هو الحال في الفيلم ولذلك يحاول بعض الكتاب عن الفن أمثال أرثر سوينسون **Arthur Suinson** أن يجد صلة وشبها كبيراً بين التليفزيون والسمرح بالرغم من الفروق التي تميز كل

منهما عن الآخر.

وتعاني دور التليفزيون في الخارج الكثير من النقص في كتاب التيلفزيون الممتازين، ولعل السبب في ذلك أن هذا فن جديد ليس شأنه شأن غيره من الفنون المسرحية أو السينمائية التي سبقت فن التليفزيون بمراحل طويلة، ومن الإتجاهات الجديدة في فنية الكتابة للتليفزيون أن يلجأ الكاتب إلى تلخيص المناظر، وتفاصيلها إلى جانب توضيح دور كل جمهور المشتركين في البرنامج، وذلك لكي يمكن أن يتدارك كل خطأ قد يقع، أو أي خطأ في النص من ناحية ملاءمته مع الممثلين ويجب أن يتم ذلك بشكل واف منذ بداية كتابة الحوار.

ويرى نقاد التليفزيون أنه يجب أن يشتمل النص على معلومات كافية توجه إلى الممثلين وغيرهم ممن يشتركون في إعداد البرنامج حتى المخرج نفسه إلى جانب أن يكون قابلاً للرواية وبمعنى آخر يمكن إذاعته بطريقة روائية.

وينبغي على كاتب النص للتليفزيون أيضاً أن يراعي إظهار نهاية كل فصل من الرواية وأن يوضح الصلة التي تربط بين كل فصل وآخر.

ولقد ارتبطت الدراما في التليفزيون في بعض الدول بالمرح ولكن هذا الإرتباط كان في بداية حياة التليفزيون في هذه الدول التي عرفت التليفزيون منذ وقت طويل أما الآن فقد أخذ الفنيون في هذه الدول في أضعاف هذه الرابطة شيئاً فشيئاً، ورأوا أن الدراما في التليفزيون يجب أن تؤخذ مباشرة من الحياة التي يحياها الناس وقت كتابة النص ولا بد أن تؤخذ مباشرة من الحياة التي يحياها الناس وقت كتابة النص ولا بد من الإستعانة بالصحف والمجلات فيما تنشره من مواد قد تخدم كاتب النص.

ولعل السبب فيما ذهب إليه النقاد في ذلك أن الأشخاص الذين

يشاهدون شاشة التليفزيون كثيراً ما يروق لهم معرفة حياة الآخرين وما فيها من المآسي وأحزان أو بهجتها من لإفراج ويهمهم أكثر من ذلك معرفة دخائل هؤلاء الذين تتحدث عنهم وسائل النشر ويعرض لصورهم وحياتهم.

والناحية الجدية في حياة الناس يمكن أن تكون موضوعاً لدراما للإذاعة أو التليفزيون إذ أن معنى الدراما هو الفن التمثيلي الذي يتصف بالحدية، ولقد صاحبت الدراما حياة الناس منذ القدم وجاء ذكرها في التاريخ الفني وأن كان دلولها قد اختلف من جيل إلى حيل حتى أصبح مدلولها يتناول الناحية التمثيلية الجدية كما ذكرنا.

إلا أن الطريقة الدرامية في التمثيل اختلفت اختلافاً كبيراً عن الطريقة القديمة التي كانت متبعة كما أن المشتغلين بالفن قد وجدوا أن التمثيلية الدرامية تختلف عن غيرها من الفنون الأدبية الأخرى فإذا كانت الفنون الأدبية الأخرى تجد من يتلوها أو يحسن قراءتها على الإسماع إلا أن الدرما تستلزم وجود شخصيات تتقمص الأدوار المختلفة لأشخاص الرواية.

ولكي تكون على قدر من النجاح يحاول بعض الممثلين الممتازيم أن يعيشوا في جو التمثيلية مدة كافية قبل أن يقوموا بالتمثيل.

ومنذ الوقت الذي عاش فيه أرسطو طاليس والدراما تعيش في أذهان الكتاب وفلاسفة الكتاب، كل يحاول أن يبدع فيها ما شاء الله له أو أو يضع قواعد للعمل والفن الدرامي الصحيح، وذلك لأنها تعتمد على اختيار المادة من واقع الحياة، ويختلف كاتب عن آخر في قدرته مع الإختيار الموفق مغ الإهتمام خاصة بفكرة معينة، يحاول أن يبرزها في صورة فنية للمستمعين أو النظارة. ولما كانت ناحية الصراع في الدراما من أهم الأسس التي ترتكز عليها فإن الصراع بين الإنسان والحياة أو بين الإنسان والزمن أو بين ظرفين متناقضين مما يصادف

الإنسان في الحياة إلى غير ذلك، إلى جانب المقارنة أحياناً بين الأشخاص والأشخاص، وبين الظروف والظروف، بمعنى أنه قد تتوفر للإنسان ظروف خاصة، هذه الظروف من الممكن أن تخلق نوعاً من التوازن بينه وبين غيره من الناس، وإن كانت إحدى الشخصيتين لا تطابق الشخصية الأخرى.

وليس معنى ذلك أن تكون الدراما مجرد تسجيل للحياة الواقعية، وإنما ينبغي أن يضيف الفن على المادة عناصر الجمال الفني، إلى جانب المادة المختارة والترتيب المنطقي للحوادث.

هذا عن الناحية الجدية التي تلازم الدراما على أنه من الممكن أن تكون هناك قوة خارجية، أقوى من شخصيات الدراما، أو لا يمكن مجاراتها تؤثر في الموضوع، وينتج عنها حينئذ ما يسمى بالتراجيدي، أما إذا تصارعت قوتان من القوى الساخرة فيندرج إمها حينئذ تحت اسم الكوميدي.

الدراما على المسرح وفي الإذاعة والتليفزيون:

على أنه كثيراً ما تختلف طبيعة العمل في الدراما على المسرح عنه في الإذاعة والتليفزيون، وأن كان هناك تقارب أكثر بين التمثيلية على المسرح والتليفزيون من ناحية الإعداد الفني. الحوار الإذاعي الذي يعتمد على الصوت فقط ينبغي أن يوضح للمستمعين بعض الظروف الملابسة والتي ينبغي أن يعرفها المستمع حتى يسهل فهمه للتمثيلية الإذاعية وبالتالي يمكن معرفة الهدف الذي ترمي إليه. فمخرج البرنامج الإذاعي يحاول أن يبين للمستمعين دائماً المنظر وما يدور داخل الاستديو مستعيناً في ذلك بالمؤثرات الصوتية التي كثيراً ما يكون لها آثار أقوى من آثار الكلمة نفسها في الإيضاح.

على أن الكلمة ليست هدفاً في ذاتها، وإنما وسيلة من وسائل التعبير

ولكنها مع ذلك تعتبر الأساس الذي ينبغي أن يراعي في تقديم ألوان كثيرة من الفنون، ذلك لأن الفنون، تنقسم إلى أقسام، ولكنها تستلزم في كل أقسامها صناعة وقالباً، والقالب الفني في فنون الكلام كالشعر والنثر والدراما يستلزم أيقاعاً خاصاً هذا الإيقاع لا يمكن أن يكون الاختيار الكلمة المناسبة للمعنى المناسب مما ينتج عنه جرس موسيقى.

ولقد خلق الله للإنسان قدرة هائلة على استخدام الصوت في مناسبات عديدة، وبأشكال مختلفة، ويعتبر الجرس الموسيقي في الكلام من أهم المؤثرات في فن الكلام، ليس فقط في الاستمتاع بموسيقى الألفاظ وإنما أيضاً في التعبير عن المعاني المختلفة، والعواطف الكامنة، وهناك عملية عصبية معقدة تختص بفهم الكلام أبدعها الله للإنسان ولا مجال بطبيعة الحال للاستطراد في شرحها في هذا المقام.

الأوبرا:

أما تأليف الأوبرا للإذاعة الصوتية فمن المحاولات التي يتم فيها إعداد ألحان خاصة غير التي يجرى إعدادها على المسرح أو للتليفزيون والسبب في ذلك أن الحركة الحية في الإذاعة الصوتية، لا يمكن الإحساس بها دائماً وإنما يمكن الإيحاء بها عن طريق التفنن في استخدام الموسيقى، على أن هذا ليس معناه أن الحركة الحية تكون على ما يجب أن تكون عليه بالنسبة للتليفزيون كالمسرح تماماً، ذلك لأن هذه الحركة محدودة أيضاً إلى حد ما في حالة التليفزيون، ولذلك يضطر المخرج إلى استخدام الموسيقى للتعبير عن الحركة ولتعويض النقص الذي يلاقيه. ولكن هذا الإعداد الموسيقي ييكون بطبيعة الحال في التليفزيون بشكل أخف من الإعداد الموسيقى في حالة الإذاعة الصوتية لوجود الصورة.

ولكن هل معنى هذا أن الإذاعة أو التليفزيون لا يمكنهما تقديم الأوبرات على خير وجه؟.

لقد سبق أن ذكرنا أن التليفزيون أنجح من الإذاعة الصوتية في إرسال هذا اللون من الفن الرفيع وإن كان مقيداً إلى حد ما بعكس المسرح. ولكن لا ريب أن الإذاعة والتليفزيون قد ساهما مساهمة كبيرة في نشر الوعي المسرحي والوعي الفني للأوبرا والأوبريت مما لم يكن إلا وقفاً على الخاصة من الناس.

ولقد ذكر المؤرخون أن التأليف الموسيقى وتأليف الأوبرات كان في كثير من الأحيان يتم بتكليف جماعة من الأثرياء الذين كانوا يسمون **Patrons** وكان هؤلاء من عشاق الفن وقد ظل هذا الحال سنين طويلة إلى أن بدأت الإذاعات في الظهور والانتشار ثم جاء بعد ذلك التيلفزيون، إلى جانب اهتمام الحكومات بهذا الفن الرفيع، مما أدى إلى حمايته بعد أن كان وقفاً على فئة معينة من ذوي الجاه والسلطان. وكان لانتشار هذه الفنون عن طريق الإذاعة والتليفزيون والمسرح إن اكتسبت عدداً كبيراً أخذ يزداد مع الزمن من العشاق، وكان هذا بطبيعة الحال من الأساليب التي جعلت الحكومات والهيئات الفنية تهتم اهتماماً كبيراً بهذا اللون من الفن مما أدى إلى ظهور المزيد من الفنانين الذين ظهرت فيما بينهم منافسات في التأليف مما أدى في النهاية إلى الارتفاع بالمستوى الفني للتأليف. ولقد أصبحت الآن بعض الحكومات والعيئات الفنية ودور الإذاعات والتليفزيون تكلف المؤلفين الموسيقيين بالتأليف لمناسبات خاصة وكانت أولى مؤلفات الأوبرا للتليفزيون التي كلفت بها هيئة الإذاعة الأهلية الأمريكية منيوتي الأيطالي بتأليفها.

مقدم البرنامج في التليفزيون يختلف عن مقدم البرنامج في الإذاعة الصوتية بطبيعة الحال فسواء كان متحدثاً أو قارئاً فإنه يواجه جمهور النظارة، وهو مدرك

أن هؤلاء يصغون إليه ويرونه وهم في منازلهم حيث يتهيأ جو خاص لهؤلاء يختلف عن جو السينما والمسرح وهم يرونه في نفس الوقت الذي يقف فيه أمام الكاميرا في الأستديو، فمعنى هذا أنه يجب أن يكون طبيعياً في حركاتهغير متكلف. وهذه الناحية الطبيعية خاصة كثيراً ما تكون عاملاً هاماً في نجاح كثير من البرامج التي تقدم خارج الاستديو لأنها تكون أقرب للواقع من البرامج التي يجرى إعدادها في الأستديو إعداداً.

وقد كان لا مكان استخدام آلات التصوير استعمالاً واسعاً وبشكل آلي يسهل معه التحكم في اللقطات كان لذلك أثره البالغ في إقبال جمهور النظارة على شاشات التليفزيون بالنسبة للبرامج في الإذاعات الخارجية نظراً للقدرة الهائلة التي أصبح يتمتع بها التليفزيون في لقطة الأنباء أياً كان لونها إلى جانب الأجواء المحيطة بها.

ومهما كانت الوسائل الفنيى التي يعتمد عليها حالياً الجيل الحاضر فإنه ولا شك سوف تظهر اختراعات جديدة سوف تطالع الجمهور بمكاسب جديدة، ويكفي أن نذكر أثر الترانزستور في انتشار أجهزة الاستقبال انتشاراً أصبح معه يصاحب الناس في حياتهم أينما ذهبوا، وأصبح الراديو والتليفزيون واسع النطاق مما دعا إلى ضرورة العناية بالبرامج بما يتكافأ وهذا الإقبال عليها وهذا يتطلب كذلك من الناحية الفنية أن يحاول القائمون على هذا الفن من مضاعفة جهودهم حتى لا يصبح التليفزيون وسيلة للعرض فقط وإنما وسيلة للتأريخ للحوادث والمناسبات الهامة ومرجعاً للمؤرخين.

وتشترك الإذاعة مع التليفزيون في هذه الناحية في الجمع بين المادة الحية والمسجلة على السواء ومعنة هذا أنه كثيراً ما يعتمد برنامج يعد في الحاضر على كثير من الحقائق التي سبق تسجيلها وبدونها قد لا يتم إعداد البرنامج بالشكل

الملائم أو إخراجه في صورة مرضية.

وإلى جانب ذلك فإن ما لا يتمكن المخرج من إخراجه في الأستديو بشكل مرض أو حتى بالإستعانة بوحدة الإذاعة الخارجية، يمكن أن يجري تسجيله على فيلم، ويمكن الإستعانة بهذا الفيلم كلما احتاج المخرج إليه لتطعيم الأجزاء الحية من البرنامج.

وقد استخدمت مثل هذه المحاولات في البرامج التعليمية التثقيفية فأكتسبتها لوناً من الحيوية بحيث لا يتنبه جمهور النظارة إلى أن المادة المقدمة تغلب عليها الناحية العلمية البحتة وإنما تظهر بمظهر الإرشاد إلى ما حول الناس من عالم طبيعي مليء بالعجائب.

ويقول بعض المؤرخين للفن أن مثل هذه البرامج تعتمد أكثر ما تعتمد على الناحية العرضية البسيطة أكثر ما تعتمد على الناحية الفنية في العرض وإن لم يخل الأمر من اهتمام بفن تبسيط المعلومات أو إعدادها في شكل لا يشعر الجمهور بأنهم مقبلون على مشاهدة موضوع من الموضوعات الدراسية كما يجب أن يكون في الحسبان أيضاً أن مقدم البرنامج يجب أن يراعي أن جمهور النظارة على درجة متفاوتة من العلم والثقافة وأنهم لو أدركوا أن الموضوع المعروض عليهم موضوعاً علمياً بحتاً فقد ينصرف البعض عن مشاهدته ولذلك وجب على مقدم البرنامج أن يراعي جانب أثارة الاهتمام بالمادة المعروضة، ولهذا يضطر بعض مقدمو مثل هذه البرامج من ثارة الخيال الذي قد يبعد عن جوهر الموضوع، ولكن يربطه به رابطة أياً كانت هذه الرابطة. مهما كان لون البرامج المقدمة وسواء كانت من العلوم أو الفنون أو موضوعات الحياة اليومية.

ولا ريب أن جمهور النظارة سوف يعيرون الموضوع اهتماما أكبر إذا أحسوا بصلة مثل هذه الموضوعات المعروضة بحياتهم التي يعيشونها، والوسط

الذي يعيشون فيه. وبقدر تجاوب هذه الموضوعات مع حياتهم بقدر ما يكون أنفعالهم بالمادة المعروضة عيلهم.

وفي بعض الدول تلاقي البرامج التي تقتبس من الحياة نجاحاً أكبر من البرامج التي يعتمد فيها على تقديم ألوان الدراما، كما أنه من الناحية الفنية نفسها كثيراً ما يتعرض تقديم الدراما في التليفزيون عقبات تواجه المخرج والفنانين والمشتغلين في العملية كلها على السواء ولعل من أهم هذه العقبات ضرورة القيام ببروفات لوضع آلات التصوير في أماكنها الصحيحة، وأن هذه التجارب الطويلة لمعرفة الزوايا المناسبة كثيراً ما تستنفذ وقتاً طويلاً وجهداً لإذاعة تمثيلية لا يعرف مدى إقبال الجمهور على مشاهدتها، وتعد جزءاً من برنامج لفترة محدودة، ولذلك يرى الفنانون المستغلون بالإذاعة المرئية أن السينما أقدر من التليفزيون من ناحية الإتقان لتقديم تمثيلية ناجحة، ولذلك فقد لجت بعض دور التليفزيون إلى إسرال التمثيلية مسجلة مسبقاً على فيلم سينمائي، وبهذه الطريقة أمكن تفادى كثير من الصعوبات وتوفير الوقت اللازم لمخرجي التليفزيون لتوجيه جهودهم إلى إنتاج فني آخر.

ولكن هذه الطريقة أيضاً لم تكن طريقة ناجحة تماماً في العرض، ذلك لأن على الرغم من أنه من الناحية التكنيكية تعتبر صحيحة، إلا أنه من ناحية أخرى يبدو قصورهم عن القيام بدورها على خير وجه وذلك لأن جمهور السينما الذي أعدت له هذه الأفلام غير جمهور التليفزيون.

أختلاف معالجة السينما للتمثيلية عنها في التليفزيون:

ومن المعروف أن معالجة السينما لتمثيلية ما تختلف عن معالجة التليفزيون لها، ومعنى هذا أيضاً أن المخرج لا ينبغي أن يخلط بين فنيين غير متطابقين تماماً لأن الاستعداد النفسي لجمهور السينما غير الإستعداد النفسي لجمهور

التليفزيون، والأول في جماعات كبيرة، والثاني تحدده جماعات صغيرة، والأول قد قصد إلى دور السينما قصداً وربما كان في منزله جهاز تليفزيون، وإنما قصد دار السينما ليخلو إلى المادة المعروضة ويبذل كل انتباهه لما تعرضه دار السينما وغالباً ما تكون الشاشة من نوع سكوب أو بالألوان الانتباه في كل حالة يختلف عن الآخر بعكس جمهور التليفزيون الذي قد يقصد أحياناً من تشغيل جهاز التليفزيون إلى دفع السأم أو الاستماع إلى بعض الموسيقى أو الإطلاع على الأنباء.

هذا إلى جانب أن الجوار يلعب جوراً رئيسياً في أفلام السينما، والفيلم يستغرق وقتاً طويلاً وقد يستمر عدة ساعات مما لا يتوفر في حالة العرض في التليفزيون إذ أنه يتعارض مع أهمية الوقت بالنسبة لساعات التليفزيون المحدودة. والتي ينبغي أن تعرض عدداً كثيراً من البرامج المختلفة في فترة محدودة.

والمشاهد لبرامج التليفزيون يتوقع رؤية الأحداث وقت حدوثها ولساعتها فلا يمكنه أن يهضم بسهولة الشريط السينمائي الذي يترك مكانه ليعرض على شاشة التليفزيون ولقد كان من نتيجة هذه الاعتبارات المختلفة أن أتجه كثير من المخرجين حديثاً في الولايات المتحدة إلى إنتاج أفلام خاصة مسجلة للتليفزيون موضعها تمثيليات مختلفة في مدة تتراوح بين نصف ساعة وثلاثة أرباع الساعة، وذلك بدلاً من إذاعة تمثيليات حية في برامج تستلزم استعدادات وتجارب خاصة كما ذكرنا. وقد كانت هذه المحاولة بداية لاتجاه جديد ظهر أخيراً إلى الاعتماد على البرامج المسجلة في التليفزيون في التمثيليات بدلاً من البرامج الحية، ولا يستعبد أن ينتشر هذا الإتجاه في دور التليفزيون المختلفة وذلك للأسباب التي أسلفنا ذكرها.

وهناك اعتبار نفسي يستند إليه بعض المؤيدين للاعتماد على البرامج

المسجلة دون البرامج الحية في التمثيليات، وهذا الاعتبار النفسي يقوم على أن جمهور المشاهدين للتليفزيون، يدركون ولا شك أن الممثلين الذين أمامهم إنما هم غير حقيقيين، وإنما يقومون بأدوار كتبت لهم في التمثيلية وهم ليسوا كالأشخاص الذين شاهدوهم في مسرح الحوادث في نشرات الأخبار. والمخرج الناجح يراعي نوع الإثارة المطلوب لجمهور السينما الكثير العدد.

ويرى بعض النقاد أنه إذا تطور الفن في التليفزيون بحيث يصبح في الإمكان عرض الأفلام السينمائية المطولة وعلى شاشة كبيرة داخل المنازل فإن ذلك سوف يقضي على صناعة السينما تدريجياً ولذلك يرى هؤلاء من الأوفق أن يكون هناك نوعاً من الفن أحدهما يكون مجالاً للأفلام السينمائية، والثاني مجالاً لبرامج التليفزيون، كما أن الطابع الخاص الذي يحيط بمشاهدة برامج التليفزيون لا ينبغي أن يضحي به في سبيل مجرد عرض أفلام سينمائية مطولة ذات الطابع العام.

ومع هذا فيمكن للتليفزيون أن يستفيد من معرفة تاريخ تطور الفيلم السينمائي، لمعرفة التطور الفني الذي مر به الفيلم السينمائي، وما يمكن أن يستعين به التليفزيون من أساليب فنية في تطوره.

ويقول أرسطو أن التراجيديا والكوميديا والرسم والموسيقى تتاشبه فيما بينها في أمر واحد وهو المحاكاة، لكنها تختلف في الموضوع وطريقة المحاكاة، والوسيلة التي يتخذها كل فن للتعبير. والرسام الذي يحاول المحاكاة إنما يحاول ذلك للتعبير عن الشر أو الخير الملازمين للإنسان فهو يرسم الموضوع كما هو أو أفضل أو أسوأ مما هو.

ولذلك فإن التراجيديا تحاول أن تصور الواقع ولكن في شكل يزيد عليه والكوميديا تصور الإنسان في مداركه السفلي.

على أن أرباب الفن لا بد أنهم مختلفون فيما بينهم في طريقة التعبير ولو كان الموضوع واحداً.

ويقول أرسطو أنه لما كانت الدراما من فعل أشخاص وكان هؤلاء الأشخاص من ذوي العواطف المختلفة والسلوك المختلف لذلك فإن الدراما تعتمد على العواطف والسلوك وعلى السعادة والبؤس.

ولذلك فإن أهم عناصر التراجيديا، الموضوع والعواطف والسلوك والأسلوب.

ولما كانت التراجيديا محاكاة للأفعال فإنها لا تعتبر محاكاه للناس.

أما شخصيات الكوميديا فهي تمثل أشياء دنيا، نلمسها في الحياة ومع ذلك فإن تقدير الكوميديا لا يخلق جوا يثير الضيق وإنما يخلق جوا من المرح على الرغم من أنه يمثل موضوعات دنيا.

ومؤلف التراجيديا ينبغي أن يراعي أن لكل فعل بداية ووسط ونهاية، والمؤلف ليس حراً في أن يبدأ حينما يريد أو ينتهي حينما نريد لأن هذه التراكيب تخطط له. والتراجيديا كالبنيان المرصوص وتوجد بينها رابطة بحيث أن قطعنا هذه الرابطة بأن حذفنا بعض الأحداث منهل فإن البنيان يتعرض للإنهيار ولأن كل جزء موجود بالضرورة.

والموضوع الدرامي له جزءان بسيط والآخر مركب والبسيط هو الذي يمكن أن ينتهي عند المأساة دون أن يكون هناك تغير مفاجيء أو اكتشاف لشيء.

أما المركب فهو الذي يتضمن ما يتضمنه البسيط مضافا إليه التغير المفاجيء واكتشاف شيء.

والشفقة في الموضوع الدرامي تكون حينما يصيب الشر رجلا من أهل الخير وتفكير الحاضرين في احتمال تعرض الخيرين منهم للشر.

والمؤلف يحاول أن يضع نفسه مكان النظارة وفي هذهه الحالة يستطيع أن يتحكم فيها، بحيث تتجه إلى الإتجاه الصحيح. فيدرك ما بين فصولها من ترابط، وبين أحداثها من تسلل إلى غير ذلك.

والتمرين على أحدث الأصوات المنغمة أمر ضروري ومقدم البرنامج الناجح هو الذي لا يجعل المزاج الخاص يسيطر عليه، وإنما يكتسب صوته اللون الذي تعبر عنه المناسبة. ولا يكفي أن يكون القاريء أو المطرب أو غيره ممن يستخدم صوته في التعبير عن أحساسيه أو حتى المتكلم العاجي لا يكفي أن يكون صوته كصوت صادر عن آلة وإنما يجب أن يكون لكل مناسبة، التنغيم المناسب على أن درجة التنغيم تختلف بطبيعة الحال وفقاً للمادة. وعلى المطرب بصفة خاصة أن يعيش في جو المادة الغنائية ذلك لأن التنغيم هو الصفة التي تلازم الغناء أكثر من غيرها ولذلك وجب أن يكون هناك تجاوب بين المادة والمستمع إليها. والممثلون المحترفون المجيدون يستطيعون تنغيم أصواتهم بالطريقة التي أكتسبوها في خبراتهم المختلفة ولذلك فدور المخرج في توجيهاته بالنسبة لهذه الناحية لا يكون مماثلا للدور الذي يقوم به بالنسبة للممثلين الذين لم تصلقهم التجارب في حياتهم الفنية.

وعلى ذلك فالتلوين الصوتي من المسائل الهامة بالنسبة لمقدمي البرامج في الإذاعة الصوتية ويأتي في المرتبة الثانية بالنسبة لقارئي البرامج في التليفزيون لأن عدم رؤية الصورة في حالة الإذاعة يجعل من الضرورة التركيز علة التلوين الصوتي.

ونظراً لأن الحركة مقيدة إلى حد ما في التليفزيون وليست كالسينما أو

المسرح، فإن الممثلين في التليفزيون ينبغي أن يدركوا الفرق، وأن يعملوا على تعويض النقص في الحركة الذي يوجد حينئذ، فعليهم مجهود مضاعف، لأن الأنفعال الذي يؤثر في جمهور المسرح والسينما والذي يعبر عنه بالحركات يكون في دائرة محدودة بالنسبة للتليفزيون، ولذلك فعلى الممثلين الذين يظهرون على شاشة التليفزيون، أن يراعوا التمييز دائما بين الانفعالات المختلفة وكثيرا ما تتضمن الرواية التليفزيونية مواقف درامية أو كوميدية وعلى الممثل أن يحاول في حدود إمكانيات التليفزيون، أن يعبر عنها تعبيراً دقيقاً واضحاً، وكثيراً ما يتعاون المخرج مع الممثلين في توضيح بعض النقاط أو الانفعالات أو الانتقالات... الخ.

ولما كانت الصورة في التليفزيون هي التي تجتذب النظارة أكثر من الصوت، في معظم الأحيان، فعلى الممثلين أن يراعوا أن الأردية التي يلبسونها والتي تعتبر جديدة عليهم ينبغي أن يتأكدوا قبل قيامهم بأدوارهم بأنهم قد أعتادوا على ارتدائها إلى جانب تقمص شخصيات الرواية.

وشيء آخر يجب أن يهتم به المخرج والممثل معاً وهو التعاون التام بين قدرته على القيام بدوره دون أن يراعي الصلة التي تربط هذا الدور بدور آخر أو بالرواية كلها كوحدة فنية مؤتلفة.

والمصور يلعب دوراً كبيراً في التليفزيون، ولذلك وجب أن يلم باللقطات التي تنبغي أن يأخذها والزوايا، وما يجب أن يتجنبه من هذه المناظر وما يجب أن يبرزه فالعمل في التيلفزيون يحتاج أكثر من المسرح والسينما إلى التعاون التام كالفريق الرياضي يتوقف إلى حد كبير نجاحه في المباراة على مقدار التعاون بين أعضاء الفريق أثناء المباراة.

وعلى الممثل أيضاً مراعاة الإنسجام بين قيامه بدوره في أول الرواية حتى

آخرها، حتى لا تختلف شخصيته من موضع في الرواية لآخر وإن كان هذا لا يمنعه من تقمص الشخصيات التي يقوم بدورها على خير وجه. والتعبير بالحركات من أهم الوسائل التعبيرية فقد يكون مكملا للصورة والصوت وقد يغني عن الصوت أحياناً.

ويحاول المخرج أن يكون الانتحار والقتل في التليفزيون بصورة خاصة بحيث أن يتفادى المخرج إظهار الأعمال الفنية التي يرى ضرورة إظهارها، وهكذا يستطيع الفن الصحيح أن يخفف من التأثيرات النفسية التي يخشى منها نتيجة للعرض في التليفزيون إذا كان الموضوع غير مستحب أو قد يؤدي إلى الجنوح.

ويعتبر الفيلم وسيلة هامة لنقل المادة من دولة إلى دولة ويمكن في الوقت نفسه أن تستفيد كل دولة من إنتاج الدولة الأخرى بعرض هذه الأفلام في دور التليفزيون على أن هذه الطريقة رغم فائدتها الكبيرة إلا أنها لا تعتبر وسيلة مثالية، لأن الفيلم ينقصه عامل هام وهو السرعة، فالخبر الذي يحدث ويذاع في نفس الوقت ويشاهده جمهور النظارة في نفس الوقت الذي يحدث فيه على شاشة التليفزيون، لا يمكن نقله بهذه السرعة على فيلم وأرساله لدولة أخرى في نفس الوقت الذي حدث فيه. وهذا عامل هام جداً بالنسبة للمواد الإخبارية التي تسعى دور التليفزيون إلى إذاعتها حية وفي وقت حدوثها.

وعلى أن هذا العيب تقابله ميزة أخرى، ذلك أن البرنامج قد يكون إخبارياً، وقد يكون غير ذلك، وفي هذه الحالة يمكن أن يجد المخرج وقتاً كافياً لإعداد المادة إعداد فنياً مناسباً للمكان أو الدولة التي تقوم بإرسالها ولجمهور النظارة في هذه الدولة.

ولما كانت المادة المذاعة على شاشة التليفزيون تعتمد على الكلمة إلى

جانب الصورة، لذلك فقد وجد أنه من الأصوب أن تعد المادة الكلامية إعداداً خاصاً يفهمها النظارة اللغة التي تذاع بها البرامج التليفزيونية في دولة أخرى، فيضيع بذلك فائدة البرامح أولا يجد النظارة فيه مادة مسلية بل على العكس فقدد تثير الضيق في نفوس البعض بسبب عدم فهمهم للغة التي تصاحب الصور التليفزيونية.

وقد يقول قائل لم لا يكون في الإمكان فهم هذه البرامح ومعظمها تطبع عليه الترجمة بلغة البلد الذي تعرض فيه. والواقع أن الترجمة المطبوعة على أفلام التليفزيون لا تكون في أغلب الأحوال واضحة، بسبب صغر حجم شاشة التليفزيون، وإذا كتبت الترجمة بخط صغير فإن ذلك يتعب العين ويسبب الضيق وإذا كتبت بخط كبير لا تسعها الشاشة زتكون النتيجة أن تقطع بعض الكلمات ولا يفهم المعنى بالضبط فضلا عن أنها تخفي الصورة المعروضة على شاشة الجهاز التليفزيوني وفي هذا ضيق آخر للنظارة.

ولذلك حتاول الفنيون التغلب على هذه المشكلة بشتى الطرق وكان من ضمنها أن يكون في مكان التصوير ممثلون من أبناء الدولة التي سوف تعرض فيها هذه البرامج التليفزيونية ويقوم هؤلاء بالتعليق على المناظر التي تتوالى أمام النظارة بلغتهم وبهذه الطريقة يمكن قياس الوقت بالنسبة للصورة وبقائها على الشاشة، كما يمكن أن يتحاشى ظهور الترجمة المطبوعة بسبب العيوب التي سبق ذكرها.

والطريقة الثانية التي لجأ إليها الفنيون أن تطبع الترجمة مع ملخص للموضوع ويرسل مع الأفلام إلى الدولة التي تطلبها، وبذلك يتقلب أيضاً على الصعوبة الفنية في طبع الترجمة على الفيلم بوضوح ودون أن يؤثر ذلك في الفيلم.

على أن كثيراً من الفنيين يحبذون إرسال البرامج التليفزيونية التي لا تحتاج إلى تعليق أو إيضاح ومثال ذلك برامج الأستعراضات والاحتفالات والمسابقات... الخ.

وهناك اقترح في آخر على أنه من الممكن أن يسند إلى المترجمين عمل دوبلاج يجري على ألسنة الممثلين بلغة البلد الذي ترسل إليها البرامج التليفزيونية، بحيث يسهل على النظارة في ذلك البلد فهم الموضوع وتتبع الحوادث.

على أن هذه الطريقة الأخيرة تحتاج إلى وقت في الترجمة والدوبلاج، مما لا يتناسب مع الميزة التي ينبغي أن تتوفر في البرامج التليفزيونية، وهي السرعة في النقل.

ويتبين من هذا أن البرامج التليفزيونية في حاجة دائما إلى عمليات فنية في حالة تبادلها مع دول أخرى وهذه العمليات الفنية غالباً ما تحتاج إلى وقت يفقدها طابع السرعة الذي تتميز به. وكان من نتيجة ذلك أن الأفلام السينمائية أصبحت هي الأنسب في النقل نظرا لأن ضرورة السرعة لا توجد هنا بالشكل الذي يوجد فيه في التليفزيون، كما أن سهولة المواصلات قد خففت من عوامل البطء الذي قد يأخذه النقاد على الفيلم السينمائي.

فالفيلم السينمائي ينقل في يسر عمليات الدوبلاج والمونتاج والترجمة والأعداد الفني باللغة التي يريدها الفنيون.

وكان من نتيجة ظهور التليفزيون أن تحسنت برامج الإذاعة عن ذي قبل ولعل السبب في ذلك أن التكاليف الباهظة لبرامج التليفزيون قد جعلت التوازن بين برامج الإذاعة المرئية والإذاعة الصوتية أمراً ضرورياً فاتفقت دور

الإذاعة الصوتية على برامجها أكثر من ذي ثبل، وعنيت بالنواحي الفنية المختلفة، وهي مهما اتفقت في ذلك فلن يكون ذلك إلا جزء يسير من تكاليف برامج التليفزيون، أما الشركات السينمائية قد اتفقت في سخاء لمنافسة دور التليفزيون، وهكذا أصبح ظهور التليفزيون سبباً هاماً من أسباب التقدم الفني في الإذاعة الصوتية والسينما والصحافة.

وفي الصحافة يمكن للقاريء أن يختار الجريدة أو المجلة التي يقرؤها كما يمكن لقاريء الكتب أن ينتقي الكتاب الذي يقرؤه ولكن هذا لا يتوفر بالنسبة للمادة الثقافية التي يوجد في يرامج التليفزيون أو برامج الإذاعة، ولذلك فإن مجال الاختيار بالنسبة لقراء الصحف والمجلات والكتب أكبر من أي مجال آخر، تجتمع فيه الصوت والصورة أو الكلمة والصورة.

ومع ذلك فقد لعب هذا الإختراع الذي يعرف بالتليفزيون دوراً هائلاً في نقل الأخبار والثقافة وأصبح عاملاً هاماً من عوامل التسلية، كما أصبح في الوقت نفسه أداة هامة يمكن بواسطتها التأثير في الرأي العام ولذلك يسميه البعض النافذة التي تطل على العالم.

الأعلام:

رأى ألبج: تعتبر المادة الأعلامية من أهم المواد التي تلقي من رجال الإذاعة والتليفزيون اهتماماً كبيراً وذلك لما لها من أثر في الرأي العام.

والرأي العام كما يقول البج **Albig** هو ثمرة تفاعل الأفكار في أي وضع من أوضاع الجماعة التي تصدر عنها هذه الأفكار ومع هذا يمكن أن نقول إن الرأي العام هو الاتجاه الذي تتجه إليه الجماعة بالنسبة لموضوع معين وذلك أن يتم بحث ذلك الموضوع بوسيلة من وسائل الأعلام.

والرأي العام بالمسبة للبعض هو رأي المجتمع بالنسبة ما بعد تقليب وجهات النظر المختلفة.

وليس معنى تأثير المادة الإعلامية في الرأي العام إنها هي التي تخلق الرأي العام وذلك باستخدام وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتليفزيون وإنما هناك تفاعل دائماً بين هذه المادة وبين المجتمع فقد تؤثر فيه وقد تتأثر به.

وقد عرف الناس قيمة الأعلام منذ القدم وكان لاختراع المطبعة أثر عظيم في النهضة التي عرفها العالم، ولكن الناس قبل اختراع المطبعة كانوا يتناقلون الأخبار في المجتمعات البدائية، وقد اهتموا خاصة بأخبار الصيد وأخبار الحرب والسلم والعبادات وغيرها وكانوا ينقشون كل ذلك على الصخور أو يرسلون المناين لينادوا في الناس ليعلموهم بشيء، أو يرسلون الرسل أو الرواه ليرووا الأخبار.

ورغم أن الطباعة قد عرفت في القرن الخامس عشر الميلادي إلا أن الصحافة لم تنتفع بهذا الاختراع إلا في أواخر القرن السادس عشر.

وبظهور الصحف وانتشارها بدأ الفن الصحفي في الظهور شيئاً فشيئاً فعرف الخبر ثم عرف المقال ثم اهتم الناس بعد ذلك بنوع آخر من الفن الصحفي وهو التقرير.

تعريف الخبر:

اختلف النقاد والمؤرخون في تعريف الخبر وكان من نتيجة ذلك أن عقدت مجلة كوليير ندوة من عدد من كبار المحررين في الولايات المتحدة الأمريكية للإنفاق على تعريف للخبر ولكن بالرغم من ذلك فقد ظهرت المجلة وبها تعريفات كثيرات مختلفة للخبر. ومع هذا فيمكن على ضوء هذه التعريفات أن

تعرف الصفات المشتركة وهي الأهمية والحالية والطرافة والحياة وأضاف البعض مسايرة الخبر لسياسة الصحيفة.

وهناك غير الخبر الصدى والتعليق والحوادث والحديث والتقرير أو الريبورتاج والتحقيق والإستفتاء والماجريات.

الماجريات وأقسامها: معنى الماجريات مستمد من مقاطعيها وهو وصف ما يكون قد جرد ولا تشمل الماجريات في وسائل الأعلام جميع أنواع الوقائع، وإنما تختص بالوقائع التي يصفها المندوب وتقف عند حد ما يتصل بالاجتماعات والهيئات، ولذلك لا يمكن إطلاق لفظه ما جرى على بعض الحوادث التي تقع للأفراد في الشوارع أو المساكن وإنما يدخل ذلك في فئة الخبر والصدى والحوادث المنوعة والمراسلات وهي لا تشمل ما يراه الصحفي أو يستطيع معرفته بالإستقصاء لدى فرد معين أو لدى أفراد معينين أو لدى جمهور القراء لأن موضوع هذا هو التقرير والحديث والإستفتاء.

وكذلك لا تشمل الماجريات وصف الوقائع التي تتصل بمطلق الهيئات وإنما تقف الماجريات عند وصف ما يقع في اجتماعات بعض الهيئات التي تتصل بالحياة العامة في البلاد اتصال كيان ونظام كجلسات المحاكم غيرها. ولذلك فإن الماجري يتعدى الوصف إلى التعليق على المناقشات والحوادث تعليقاً يتضمن الرأي فيها وقد يتضمن النقد.

وتنقسم الماجريات إلى دبلوماسية ودولية وقضائية وتقدم في صور ثلاث تركيزية أو تحليلية أو تجمع بين التركيزية والتحليلة وتسمى مختلطة، ونقل الصورة التركيزية قبل كل شيء يقدم على إستخلاص الأثر العام وإظهار أهم الوقائع التي جرت والأثر العام في القرارات التي تصدر. وتتصل أهمية الوقائع عادة بمواقف أبرز من اشتركوا في المناقشة والصورة التحليلية تهتك بإظهار وجوه

المناقشة في كثير من الإيضاح ونشر نصوص الكلمات وتسجيل المقاطعات وعبارات الإستحسان أو الاستحسان. والصورة المختلطة تجمع بين الصورتين السابقتين فلا تقف عند الأهم من الوقائع وإبراز الأشخاص وأخذ القرارات التي تصدر وإنما يتجاوز كل ذلك ولكنها لا تورد التفصيلات التي ترد في الصورة التحليلية.

أوجه الشبه والإختلاف في العمل الإخباري في الصحافة والإذاعة والتليفزيون:

وهناك وجه شبه بين العمل الإخباري في الصحافة والإذاعة والتليفزيون وإن كان الأمر يختلف بطبيعة الحال نتيجة طبيعة العمل الفني في كل منها ففي الصحف يوجد رؤساء تحرير ومحررون ومترجمون فإذا ما تجمع السيل المتدفق من الأخبار لدى المحررين، فإن عليهم مسئولية كبيرة في الاختيار والتدقيق في المادة الإخبارية والصور ويأتي دور الاختيار بعد دور الترجمة للأخبار التي ترد من وكالات الأنباء الأجنبية. وفي حالة التليفزيون تعرض الأفلام الإخبارية في قاعة خاصة تمهيداً لعملية المونتاج وتصاحب عملية إعادة كتابة الأخبار ولرئيس التحرير الرأي النهائي غالباً فيما يؤخذ وما يحذف من الأخبار والصور.

على أن عملية النشر في الصحافة والإذاعة أيسر من عملية إذاعة نشرة أخبار في التليفزيون تستلزم وجود عدد كبير من الفنيين ليشتركوا جميعاً في إعداد النشرة والمونتاج والتنفيذ وهذا العمل يماثل إلى حد كبير العمل الذي يجرى لإعداد برنامج تليفزيوني كامل.

وقد يكون الأمر أصعب أحياناً إذا كان هناك صرورة لإظهار أخلار وردت في اللحظة الأخيرة وعلى جانب كبير من الأهمية فإنه في هذه الحالة تعتبر عيباً

فنياً أن يجرى عرض نشرة الأخبار دون أن تتضمن هذه الأنباء الهامة ضمن نشرة الأخبار ويأتي دور التعليق. والتعليق من أهم المواد التي تنشر في الصحف والإذاعات ودور التليفزيون على السواء غير أن طريقة التعليق في كل تختلف عنها في غيرها ففي الصحافة التعليق يتألف من مقال في كلمات وفي الإذاعة تظهر أهمية العامل الصوتي وفي التليفزيون تظهر أهمية الصوت والصورة معاً.

والتعليق في التليفزيون يعتمد على الصورة أكثر من الصوت فقد يحتاج المعلق وهو الذي يعبر عن رأي سياسي غالباً قد يحتاج إلى عرض يستخدم فيه الصورة التي عرضت في مناسبات أخرى وذلك للتدليل على رأيه وفي سبيل إقناع جمهور النظارة بوجهة نظره.

وقد يستدعى الأمر في البرامج الإخبارية استدعاء بعض المختصين لمناقشتهم فيما يعتبر موضوع الساعة أو يهم أكبر عدد من جمهور النظارة.

وكثيراً ما تلاقي البرامج الإخبارية إقبالاً من المستمعين والنظارة نظراً لما يتوفر فيها غالباً من عنصر الحيوية والإثارة كما أنه كثيراً ما تتناول الجواب الخفيفة من الأخبار وهذا يراعي في التليفزيون أكثر منه في الإذاعة.

ونظراً لأهمية الجهاز الإخباري في الصحف والإذاعة والتليفزيون فإنه يعطي الوسائل الكفيلة بسهولة انتقالاته وتحركاته واتصالاته، وفي التليفزيون بصفة خاصة يلقى الجهاز الإخباري عناية كبيرة نظراً لأن عملية إعداد وتنفيذ نشرة الأخبار في التليفزيون أكثر تعقيداً منها في الإذاعة والصحافة، ولذلك فقد ذهبت بعض دور التليفزيون الكبرى في العالم إلى تخصيص وحدة تليفزيونية قائمة بذاتها، تجمع عدداً من النحررين أو الفنيين في قسم الأخبار بصفة عامة والمذيعين والمصورين والمهندسين وتضم هذه الوحدة الأجهزة اللازمة للتسجيل والتصوير والعمل الفني كله اللازم لإتمام عملية إعداد النشرة وذلك حتى لا

يضيع الوقت في الاتصال بين الأقسام المختلفة وبعضها تابع للبرامج والبعض الآخر تابع للهندسة أو الإدارة، وقد وجد بالتجربة أن هذا النظام أجدى وأنفع في إعداد النشرة وتنفيذها على وجه السرعة وفي دقة تامة.

والحديث عن الأخبار في الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما مجاله واسع ولا يتسع المقام هنا لمزيد من التفصيل وإنما أردنا أن نعطي خلاصة للعمليات الهامة التي تلازم الأخبار في كل دور من أدوارها وفي مجال الصوت والصورة بصفة خاصة.

الإعلان

طبيعة الإعلان في كل من الصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما :

والإعلان في الإذاعة والتليفزيون يختلف بطبيعة الحال في وجوه عديدة عن الإعلان في الصحف والسينما وقد وجد الإعلان في الإذاعة الصوتية والمرئية معارضة من السلطات في كثير من الدول في باديء الرسالة التي تحاول الإذاعة أداءها ولكن هذا السبب لم يلبث أن ضعف تدريجياً أمام الضمانات التي اتخذتها الإدارات المختصة في الإذاعات ودور التليفزيون.

والمعروف أن الهدف من الإعلانات هو الحصول على الربح وهذا الربح يعود على المعلن وعلى الإذاعات في وقت واحد فإذا راجت البضاعة أمكن مواصلة الإعلان وهكذا. كما أن دور الإذاعات والتليفزيون كما هو الحال في الصحافة خصصت إدارات لمراجعة نصوص الإعلانات حتى لا تتعارض أو لا يتم اسنجامها مع بقية المواد الأخرى، ولهذه الإدارات الحق في قبول أو رفض بعض هذه المواد أو إذا وجد أن ذلك يؤثر بطريق مباشر أو غير مباشر على المواد المعدة للإذاعة أو التليفزيون أو التي يجري عمل الميزانباج لها في الصحف.

وقد جرت بعض الدول على عدة أنظمة مختلفة في تقديم الإعلانات في الإذاعة والتليفزيون فمنها تقديم إحدى الشركات بعض البرامج الترفيهية المستحبة ثم يعلن في نهاية البرنامج أنه هدية من هذه الشركة كما أن هناك نظام لشراء الوقت في دور الإذاعة ومعنى هذا أن تقوم إحدى الشركات بشراء الوقت في الإذاعة والتليفزيون، وتبيعه للمعلنين أو لشركات أخرى معلنة.

ومهما اختلف النظام المعمول به فإن الإذاعة والتليفزيون والصحف تهتم أكثر مما تهتم دور العرض السينمائية بناحية الإشراف الفعلي على المادة المعلن عنها والطريقة التي يتم بها الإعلان، ولذلك فإن دور الإذاعة والتليفزيون تنتهج أحياناً نهج الصحف في حساب الإعلان على أساس الكلمة، وأحياناً يحسب الإعلان على أساس الزمن الذي يستغرقه.

وهناك بطبيعة الحال اعتبارات مختلفة تهم المعلن لأنهيوازي دائماً بين قيمة الإعلان في نظره وهل الأفضل الإعلان في الصحف أو في الإذاعة الصوتية والمرئية أو في السينما أو في الملصقات... الخ فهو يوازن بين قيمة الإعلان وبين المبالغ المطلوبة في كل حال، ثم يوازن بين التكاليف التي تتطلبها هذه الإعلانات بالنسبة إلى المكاسب التي ينتظر أن يحصل عليها نتيجة لذلك، ولما كان الإعلان في ذاته تختلف فيمته من صفحة إلى صفحة في الصحيفة، فلذلك تختلف قيمته في نظر المعلن من وقت لوقت بالنسبة للإذاعة والتليفزيون، ذلك لأن المعلم يهمه أن يستمع أو يرى إعلانه أكبر عدد من المستمعين والنظارة. والإعلان عن البضائع في أوقات خروج الموظفين والعمال إلى أعمالهم يعد بالنسبة إليه عديم الجدوى أو لا فائدة كبيرة من ورائه وهكذا، كما أن الإعلان في التليفزيون بعد برنامج ناجح يكون أدعى إلى وجود عدد كبير من النظارة إلى جوار أجهزتهم ومن المحتمل بطبيعة الحال أن يرى أكبر عدد ممكن من النظارة ذلك الإعلان.

وعلى هذا فإذا كانت الصفحة الأولى في الصحف تعتبر هامة بالنسبة للمعلن فكذلك وقت إذاعة الإعلان في الراديو والتليفزيون تعتبر هامة أيضاً أنه من الواجب أن يكون المعلن على جانب من الذكاء في تقدير إعلاناته وعلى قدر هذا الذكاء كثيراً ما يتوقف نجاح إعلانه من عدمه. ذلك لأنه يجب أن يقدر نوع البضاعة التي لديه، ومن يهمه شراؤها وما هي العوامل التي يمكن أن يكون لها تأثير على شرائه لها مثل الدخول إلى جانب دراسة عادات الذين يقبلون عادة على الشراء ومركزهم في المجتمع.

وإذا كان المعلن يجب دائماً أن يجتذب المستهلك إليه فإن المستهلك يحاول أن يدقق في الإعلان أيضاظص ليرى هل البيانات التي ذكرها المعلن صحيحة أم لا. وهل البضاعة التي أعلن عن أسعارها التي وردت في الإعلان، هل تعتبر صفقة بالنسبة له أم لا؟ ويبحث عما يحتاجه أولا ومقدار ما يدفعه ثانياً ثم يبحث هل من الممكن أن يحصل على ما يلزمه من البضائع من مكان آخر بأسعار أنسب من هذه الأسعار إلى غير ذلك.

على أن بعض دور الإذاعة والتليفزيون وكذلك الصحف، تحاول أن تخصص لنفسها إدارات لتحرير الإعلانات معتمدة على المعلومات التي يقدمها المعلن، ونصيحة المحرر الإقتصادي في النواحي الفمية، التي تحدد إخراج الإعلان في شكل جذاب ومثير. ويتختلف الدور المحتلفة التي تقوم بالإعلانات عن بعضها البعض فبينما تأخذ بعض الإذاعات بنظام الوحدة الزمنية تحسب المدة في بعض دور الإذاعات والتليفزيون الأخرى على أساس الدقيقة والثانية.

وهناك بعض البرامج التي تحتوي على إعلانات ولا يحتسب الدفع على أساس الإعلان فقط وإنما على أساس المدة التي استغرقها البرنامج كله وقد يكون في شكل محادثة أو عزف لحن من الألحان المستحبة وهو قسمان إعلان عادي أو خاطف

ويسمى الأول **Straight Commercid Announcement** والثاني **Spot Announcement**.

البرامج الخاصة:

الفرق بين التمثيلية والبرنامج الخاص:

البرامج الخاصة هي البرامج التي تتناول موضوعاً أو أكثر من موضوعات الأحاديث ولكن في شكل يختلف عن الإلقاء العادي وهو شكل حوار.

ويلاحظ أن البعض كثيراً ما يختلط الأمر عليهم بالنسبة للصلة بين البرامج الخاصة والتمثيليات، وقد يستعملون إحدى الكلمتين في مكان الأخرى. ولكن الصواب أن البرامج الخاصة لها هدف جدي فهي لا تقصد الترفيه قصداً كما هو الحال بالنسبة للتمثيلية بألوانها المختلفة التي ترمي إلى الترفيه، وتعتبر من البرامج الترفيهية مثل البرامج الغنائية والمنوعات وغيرها.

موضوعات البرامج الخاصة وإخراجها.:

أما موضوعات هذه البرامج فهي غالباً حدث تاريخي أو اكتشاف علمي أو عرض لمادة أدبية أو غيره، والعاملون في البرنامج الخاص يختلف عددهم عن الحديث أو الندوة نظراً لأن البرنامج الخاص يشترك فيه الكاتب والمخرج والممثلون كما تستخدم فيه المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية، وكثيراً ما تصل المؤثرات اصلوتية والموسيقى التصويرية بالمستمعين والنظارة إلى الهدف الذي يرمي إليه المخرج ويكون ذلك أحياناً لدرجة تعد أبلغ من الكلام، وليس معني هذا أن الصفات تتسم بها البرامج الخاصة عقلية محضة وإنما تجمع بين العقل والخيال بمساعدة الحوار والمؤثرات الصوتية والموسيقية في حين يكون الحديث الذي يلقي على الاسماع عقلياً محضاً.

والبرامج الخاصة تكون على أشكال، فمنها الشكل الأول الذي تحدثنا عنه والشكل الثاني هو البرنامج المنوع المادة والشكل الثالث هو الذي يعتبر تسجيلاً للواقع. البرنامج المنوع أشبه ما يكون بالمجلة الأسبوعية التي تجمع بين الأخبار والريبورتاجات وصور الأسبوع... الخ. فهي تجمع بين مواد مختلفة لا وجه للشبه بينها وكذلك البرنامج المنوع فهو يجمع بين البرنامج التسجيلي من النوع الأول وبين لقطات أو صور تسجيلية للواقع. أما البرنامج الواقعي فهو تسجيل لما يحدث. على أنه ينبغي أن يكون في الأذهان أن البرنامج الواقعي هو عبارة عن تصوير صوتي أو عن طريق الصورة كما هو حاصل فعلاً، دون أن يكون هناك أي رتوش لهذه الصور الواقعي،فقد يكون الحذف أو الزيادة هنا بمثابة رأي لمقدم البرنامج وهو ما يتعارض مع صفة البرنامج. على أنه من الجائز أن تجري عملية المونتاج ولكن على ألا يحذف إلا ما هو ما ضروري لحذفه من الناحية الفنية فقط دون أن يكون هناك هدف معين لفرض رأي وحذف رأي أو لتسجيل صوررة وتقبيح أخرى.

على أن ذلك لا يمنع من أن يضفي المخرج على كل برنامج من هذه الأشكال الثلاث لوناً من الإثارة وهذه الإثارة تعتمد بصفة عامة على اجتذاب والمستمعين إلى المادة.

وتعتبر هذه البرامج من أهم البرامج وأكثرها فائدة فهي مادة تثقيفية واجتماعية وإصلاحية، وإن كان الإصلاح لا يرسم فيها وإنما قد يجد آذناً صاغية وعيوناً متفتحة للاهتمام بما ورد فيها من موضوعات ومعلومات وقد يكون ذلك سبباً من الأسباب التي تساعد على الإرتفاع والنهوض بالبلاد في ناحية من النواحي.

ولما كان مؤلف البرنامج الناجح والمخرج الحاذق يستطيعان أن يوجدا

عنصر المشاركة عند تقديم هذه البرامج والمشاركة بين شعور الكاتب والمخرج بين جمهور المستمعين والنظارة دون أن يفرض وجهة نظر معينة هذه المشاركة تستطيع أن توصي بالإصلاح إلى جانب هدف التثقيف.

الحديث:

مقومات نجاح الحديث: يعتقد بعض المحدثين أنه من الواجب إتباع الطريقة التي تجذب المستمعين أو النظارة والتي تتلخص في الأستحواذ على الانتباه من أول لحظة وهذه الطريقة تماثل في الصحافة طريقة الـ **Punch** بذلك يستطيع المتحدث أن يفرض رباطاً بينه وبين المستمعين أو النظارة قد لا يستحوذ على انتباههم المدة المحددة للمادة فحسب وإنما يجعل هؤلاء يطلبون المزيد من برامجه.

وليس معنى هذا أن يحاول المتحدث التعمق أو الأستطراد إلى غير الموضوع أو التقرب إلى المستمعين أو النظارة وإنما يكون ذلك باجتذاب انتباههم عن طريق المقدمة الخبرية والأسلوب الفني فيها ومن ذلك عليه أن يستمر في حديثه بالطريقة الصحيحة مراعياً أن هناك فرقاً بين المستمع والمتكلم والرائي فالمتكلم وهو يلقي كلمته يكون في ظروف تختلف عن المستمع أو المشاهد للبرنامج أو القاريء للجريدة إلى جانب معرفة ظروف الاستماع نفسه والمشاهدة والقراءة. فمستمع الراديو قلما أن يركز نفسه للاستماع إلى شيء وإنما يستمع عادة وهو مشغول ببعض الأشياء الأخرى. وناحية التركيز هذه تكون واضحة أكثر في حالة التليفزيون وتوجد في حالة قراءة الصحيفة على أن قاريء الصحيفة كثيراً ما يقرؤها وهو في طريقه إلى عمله أو حين يقوم برحلة أو وهو جالس بين عدد من الناس يتحدثون إلى غير ذلك.

ولا يتوقف نجاح المتحدث على قوة اجتذابه لجمهور المستمعين والنظارة فحسب وإنما من الواجب بعد ذلك أن يراعي التسلسل المنطقي والمعلومات

المفيدة حتى لا ينصرفوا عنه ويضيع جهده الأول هباء.

وتلعب قوة صوت المتحدث أو ضعف صوته دوراً كبيراً في مدى نجاحه فالصوت المناسب الواضح العبرات والمقاطع والألفاظ أنجح من الصوت المرتفع وبخاصة إذا كان الموضوع لا يدعو إلى الحماس الذي يلون به صوته ويفضل لو أنه قام ببعض التجارب على إلقاء المادة وسماع صوته ليعرف الملاحظات بنفسه، وحتى يكون انجح في اجتذاب السمع والبصر.

ويجب عليه أن يراعي أنه ياحدث إلى المتسمعين وغالباً ما يكون هؤلاء في منازلهم، وهؤلاء غالباً ما يكونوا عبارة عن أسرة في كل منزل، ومتوسط الأسرة في الجمهورية العربية المتحدة خمسة أشخاص فمعنى هذا أنه لا يوجه كلامه في اجتماع عام أو محفل عاك وإنما يتحدث كما يتحدث أمام أفراد الأسرة إلى أعضاء الأسرة الآخرين.

ويكون نوع الحديث ذاته بلون الموضوع كما يجب أن يراعي المتحدث إذا كان يتحدث في أحد أركان الإذاعة ينبغي ألا يكون الأسلول في مستوى أعلى من مستوى الفهم لأن الأركان الخاصة لها جمهور معين من المستمعين ثقافاتهم تكاد تكون مركزة في ناحية معينة كما أنه لا يستمع إلى هذه الأركان الخاصة إلا أن المهتمون فعلا بالاستماع إلى هذه الأحاديث ليزودوا بمعارف جديدة في هذا الميدان ولذلك فهناك صلة قوية بين المستمعين للأركان الخاصة وبين المشرفين عليها فينبغي أن يلبوا مطالبهم وخاصة إذا كانت تتصل برغبة في التزود بمعرفة جديدة أو بمعلومات عن شيء هم في حاجة إلى معرفته وقد حلت الأركان مشكلة الأحاديث، ذلك لأنه مهما كانت إدارات الأحاديث في الإذاعات والتليفزيون على جانب كبير من التوفيق في اختيار المادة وتقديمها، واختيار أحسن المتحدثين في كل ميدان من ميادين العلم والمعرفة، فمهما كانت

الإدارات هكذا فإنها لا تستطيع إرضاء فئات المستمعين المختلفة. فما يهم الطفل لا يهم العامل أو المزارع فأهمية الأحاديث تقاس بأهميتها لفئات المستمعين المختلفة.

وقد كان من نتيجة ذلك أن اتجهت الإذاعات إلى التخصص، فخصص أركان خاصة للمستمعين واتجهت الصحف والمجلات إلى التخصص وكان من نتيجة ذلك أن أفسح المجال لتقديم الكثير من المواد التي تهم المستمعين عامة إلى جانب المواد الترفيهية.

وكثيراً ما يحاول المخرج في الإذاعة والتليفزيون أن يتدخل في طريقة تقديم الأحاديث، وذلك لأن مجرد إلقاء حديث لمتحدث في الإذاعة والتليفزيون، مهما كان به من الميزات، فينقصه عنصر الحياة الذي يوجد في حالة إخراج الحديث إخراجاً صحيحاً بحيث يظهر المتحدث في حالة وبها عرض لوجهات مظلا مختلفة، وفيها أخذ ورد واستجلاء لبعض النقط التي قد تكون مغلقة على الإفهام.

وليس معنى هذا أن إلقاء حديث أمام الميكرفون أو في التليفزيون قد استبعد، وإنما يفضل القائمون على إدارات الأحاديث إخراجها في أسلوب زاهر بالحياة، وخاصة إذا كان موضوع الحديث يحتمل وجهات نظر مختلفة لا وجهة نظر واحدة.

وفي بعض دور الإذاعات الكبرى في العالم تخضع نصوص الأحاديث للتعديل هذا التعديل ليس من نوع تعديل الألفاظ، وإنما التعديل الذي يناسل الإخراج الفني في صورة من الصور التي تتجتذب عدداً كبيراً من المستمعين والمشاهدين.

وقد تحدثنا في غير هذا الفصل من الكتاب عن الأسلوب الإذاعي وما قلناه ينطبق هنا أيضاً على الحديث ولا داعي لتكراره. ولكن نريد أن نشيد هنا بذكر خاصة من أهم خصائص الأسلوب الذي ينبغي أن يتبع في الحديث، وهي أن يكون المحدث مدركا عاماً للموضوع الذي يتحدث عنه، ومختاراً الطريقة الصوتية الصحيحة في الإلقاء، وذلك لأن بعض هذه الأحاديث قد يكون نقداً أدبياً لدراما عنيفة، أو أن يكون الموضوع رواية فكاهية خفيفة، أو حدثا سياسياً هاماً، أو عرضاً لألوان لها طابعها الخاص ولها طريقة خاصة في التعبير والعرض بحيث لا يكون المتحدث بعيداً عما يتحدث عنه وإنما ينبغي أن يكون مندمجاً بكلياته في المادة التي يقدمها كما أنه ينبغي أن يشيع في المستمعين والنظارة هذا الشعور والأندماج.

الرياضة

أهمية برامج الرياضة:

وتعتبر برامج الرياضة من أهم البرامج التي تلاقي إقبالاً من المستمعين والنظارة، وقد تكون هذه البرامج أخبارية أو تقارير أو في شكل تعليق أو في شكل تمثيلي، وكثيراً ما تكون هذه البرامج حية وتلاقي إقبالاً أكثر من البرامج المسجلة.

على أن الألعاب الرياضية المختلفة لا تتساوى في أمكان نقلها إلى المستمعين فبعضها يكون أصعب من غيره غي النقل، وفي الإذاعة الصوتية أما في التليفزيون فهي أيسر نقلاً وأيسر فهما على جمهور النظارة.

وعمل المعلق الرياضي:

والمعلق الرياضي في كل من هذه الحالات محتاج لنوع خاص من الثقافة

الرياضية إلى جانب الموهبة والقدرة عل نقل الأحداث الرياضية، بحيث يكون تصورها بوضوح، أو وصفها بشكل يسهل على المتفرجين متابعتها، على أن المجهود الذي يلقي على المعلق الرياضي في الإذاعة الصوتية، أكبر من المجهود الذي يلقي على عاتق المعلق الرياضي في التليفزيون لأن النظارة يرون بأعينهم ما يجري، وليس المغلق في حاجة إلى ذكر المزيد من التفصيلات وليس من الضروري أن يكون المعلق الرياضي أو المذيع ممن يمارسون اللعبة التي تجري في ساحة الملعب، وإنما يكتفي بأن تكون له طبيعة الثقافة الرياضية الكامنة، وعلى علم بالمصطلحات الرياضية، وتاريخ الرياضة أو على الأقل، تاريخ اللعبة التي يعلق عليها والمباريات الهامة التي سبقت المباراة التي يعلق عليها أو يصفها ونتائجها.

وعلى ذلك فليس المفروض في المعلق أن يصف فقط، وإنما لا بد أن يكون له رأي رياضي دون تحيز، وأن يضح للمستمعين والنظارة مواضع الاستحسان ومن الذي أجاد في اللعب ومن الذي لم يحالفه التوفيق ولماذا... الخ وكثيراً ما يطلب من المعلق أن يوضح للجمهور شيئاً ما في المباراة أثناء الاستراحة فعليه أن يلك بالثقافة الكفاية لمواجهة هذا الموقف وخاصة فيما يختص بالقواعد اللازم أتباعها في المباريات.

وعلى المعلق أن يطلع على أخبار وكالات وقصاصات الصحف، ليعرف تعليقات المعلقين الرياضيين الآخرين وآرائهم المختلفة في كل فريق من الفرق التي تمارس هذه اللعبة، التي تعود على القيام بوصفها أو التعليق عليها.

وإذا كان المعلق من الذين يمارسون هذه الرياضة، فعليه أن يراعي عدم التأثر بهوايته أو بإعجابه بأحد النوادي أو غير ذلك، حتى يكون معلقاً محايداً، وحتى لا يثير جمهور أحد الأندية ضده وهذا لا يمنع بطبيعة الحال إلقاء عبارات

الاستحسان كلما رأى ما يدعو إلى الاستحسان، دون أن يتركز ذلك بالنسبة لفريق دون الفريق الآخر.

وعلى المذيع أو المعلق الرياضي أن يلاحظ الجو المحيط بالمباراة مثل النادي وسعته،الرياح واتجاهها، الجمهور وتحمسه، الطقس وأثره كل هذا وغيره مما يتوق السامع أو القاريء الرائي إلى معرفته.

وهناك رأيان فيما يختص بالتنبؤات التي تصدر عن المذيع المعلق فرأي يقول إنه من الأصوب أن يتنبأ المعلق بما سيحدث، ورأي آخر يعارض ذلك ويقول أن هذا قد يؤدي إلى بلبلة الأفكار ند جمهور المستمعين أو النظارة، وخاصة إذا لم تحقق تلك التنبؤات، وقد يظنها البعض تحيزاً لفريق من الفريقين، كما أنها تضعف من مركز المعلق، في نظر النظارة وفي سمع المستمعين إذا لم تتحقق.

ويقول بعض الكتاب عن الرياضة أنه من الأصوب أن يتعرف المذيع أو المعلق على أعضاء كل فريق قبل المباراة بوقت كاف، ويذهب بعض المعلقين أكثر من ذلك إلى دراسة نفسية اللاعبين ما أستطاع إلى ذلك سبيلا، أن أن يطلع في أرشيف الرياضة على المعلومات الخاصة باللاعبين الدوليين، ومزاجه وأحياناً حياته الخاصة، فإذا لم تتح الفرصو للمستمع في الراديو أو الجالس أمام جهاز التليفزيون إلى معرفة كل ذلك لضيق الوقت، فقد يكون من الممكن للمعلق الرياضي في الصحيفة أن ينشر بعض هذه المعلومات الطريفة والتي تثير انتباه القراء وخاصة بالنسبة لمحبي الرياضة.

ويرى البعض أنه ينبغي أن تكون الإذاعة الخارجية في ساحة اللعب عامرة بالحياة، ولذلك يرى هؤلاء أنه يحاول المذيع أن يلتقي بعدد من الشخصيات الرياضية الموجودة بين المتفرجين، ليستطلع رأيهم في الاستراحة، في المباراة،

وملاحظاتهم، وما يمكن أن تتمخض عنه المباراة. وأحياناً يطعم ذلك برأي من آراء جمهور الحاضرين من غير الرياضيين، كل ذلك في طريقة تثير الانتباه إلى المباراة بالنسبة للمستمعين والنظارة وقراء الصحف على أن يكون ذلك في دقائق معدودة حتى لا يعوقه ذلك عن تلخيص الشوط الأول قبل بداية الشوط الثاني.

وفي بعض الدزل تستغل شركات الإعلان المباريات الدولية التي يقبل عليها جمهور المستمعين والنظارة، لتعلق على بعض السلع التي يكون لها صلة بالمباراة، مثل الإعلان على البرانيط الواقية من الشمس التي يرتديها جمهور النظارة، أو عن المشروبات التي يتناولها الحاضرين لتساعدهم على تحمل الانتظار، في الايام التي تشتد فيها درجة الحرارة، وقد يكون الإعلان عن البضاعة نفسها والشركة التي تصنعها. ولكن هذه الإعلانات تكون في التليفزيون أنسب من الراديو وتكون لبضع ثوان، وقد تكون مصحوبة بصوت يبين المقصود بالإعلان، وقد لا تكون مصحوبة بصوت، وإنما يكتفي بتركيزاً آلة التصوير على الموضوع المراد الإعلان عنه لثوان معدودة، وذلك حتى لا يشعر جمهور النظارة بأن الإعلان مقصود قصداً وإنما يظهر وكأنه بطريق الصدفة، ويعتبر هذا النوع من الإعلان من خير الوسائل المتبعة في الإعلان.

الباب السابع

فلسفة الجمال في الصوت والصورة

يقول الفلاسفة أنه لا ينبغي الخلط بين القيم المعروفة الحق والخير والجمال، ويهتم الفلاسفة الطبيعيون خاصة، بالتمييز بينها ولا يقيسون أحداها بالأخرى وإنما يحددون مدلول كل منها تحديداً يجعلها في غنى عن القياس بغيرها ذلك القياس الذي لجأ إليه البعض ويعتبر خطأ بينا.

موضوعنا لجمال الفني في الصوت والصورة ولذلك وجب أن نعرف ما هو مدلول كلمة الجمال هنا. وإذا التمسنا تعريفاً عن الفلاسفة لهذه الكلمة فإننا نجد تعريفاً محدداً واضحاً لا لبس فيه الأمر الذي نصبح بمقتضاه في حل من القياس.

تعريف الجمال عن الفلاسفة:

فالجمال هو القيمة الإيجابية الصادرة عن شيء ما خلعنا عليه وجوداً موضوعياً، وفي رأي آخر هو المتعة التي تعتبر صفة في الشيء ذاته، وتوضيحاً لذلك نقول، أن معنى الجمال قيمة هو أنه انفعال وليس إدراكاً، فالإدراك يكون للحقيقة والانفعال يكون للجمال، وهذا الانفعال هو انفعال الطبيعة في الإرادة التذوقية عند الأشخاص ومعنى الإيجابية هنا أن الجمال الفني يولد الإحساس بوجود شيء له صفة الحسن، وهو الذي يستطيع أن يؤثر في الإرادة التذوقية كما أوضحنا بشكل إيجابي. ومعنى هذا أن الصوت أو الصورة لا يمكن أن تخلع عليها صفة الجمال إلا إذا ولدت في إرادتنا التذوقية انفعالا.

أما القيمة المعروفة بالحق فهي تستند إلى الواقع الموجود، في حين أن الجمال والخير قيمتان تتصلان بعالم الروح، ذلك لأن الخير والجمال لهما أمثلة عليا ترتسم في التصور وقد يتحققان في الواقع وقد تبقيان في التصور ونجد بعض الناس ممن يرسمون في تصوراتهم مثلاً أعلى للخير والجمال، يقصدون إليه في تصوراتهم وفي عالم الروحانيات الذي يطمئنون إليه. أما الحق فيستند إلى الواقع وندركه بالحواس.

والباحثون في الأخلاقيات يرون تعارضاً في بعض الأحيان بين تصور الأخلاق وتصورر الفنان، فالأخلاقي يريد من الفنان أن يكون فنه مادة لموضوعات أخلاقية تحث على الفضيلة، فإذا ما رأى غير ذلك انتقد الأخلاقي الفنان نقداً شديداً، واتهمه بالخروج على الأخلاق. ويمكن أن يقال ذلك أيضاً بالنسبة إلى العالم والأخلاقي، لأن العالم في نظر الأخلاقي لا يراعي أحياناً القواعد الأخلاقية في أبحاثه.

رأي هربرت ريد:

يرى هربرت ريد **Herbert Read** الذي يعد من خيرة الكتاب عن الفن، أن نظرة الفنان إلى العالم الخارجي، تختلف عن نظرة الشخص العادي، فإذا كان الأمر كذلك فإن الفنان في العصور المختلفة ينظر إلى العالم الخارجي بصورة مختلفة أيضاً، وهو يختلف في نظرته إلى العالم الخارجي عن الأخلاقي، بل أن الموضوع الواحد في الرسم كثيراً ما يتناول الفنانون بمذاهب مختلفة، وقد تكون بعض الموضوعات إنسانية، ولكن الفنانين في معظم محاولاتهم الفنية متأثرين بالطبيعة.

رأي أوسكار وايلد:

ويقول أوسكار وايلد **Oscar Wilde** أن الطبيعة هي التي تخلق الفن. وإن دل ذلك على شيء فإنما يدل على أن الطبيعة بقوتها وسحرها تؤثر تأثيراً أوسكار وايلد بغالي في هذا القول لأنه لم يضع الفنان في مرتبته بالنسبة إلى الفن وإنما عزا كل نجاح إلى الطبيعة ذاتها. أليس الفنان هو الذي يفسر الطبيعة في فنه، ولا يكتفي فقط بمحاكاتها أو تسجيلها في فنه. إن الإغريق والرومان كانت لديهم نفس النظرة قديما بالنسبة إلى الطبيعة كما هو الحال عند أوسكار وايلد. وفي الحياة الحديثة نجد أن الفن يلازم كثيراً من الصناعات ويسير إلى جانب الإنسان في حياته إينما ذهب ولم يقتصر الأمر على محاكاة الطبيعة، وإنما أصبح في بعض الأحيان يراعي التوافق بين الفن والمنفعة. وما زال الفلاسفة والشعراء والفنانون يشهدون أمثلة عليا لهم في فنونهم على اختلاف مذاهبهم، ولكن ليس الفنان عبداً للطبيعة إلى الحد الذي يصوره أوسكار وايلد.

مجال الاستاطيقا:

إن من الفلاسفة من يحاول أن يجعل الفلسفة الجمالية تشتمل أكثر مما تشمله الآن وهؤلاء يدؤكون كل إدراك حسي تحت اسم الفلسفة الجمالية وبهذا تصبح داخلة في مجال الاستاطيقا **Aesthetics** التي تبحث مجال الإدراك القائم على الحس. وإذا أنعمنا النظر في هذه المحاولة نجد أن هؤلاء الفلاسفة يحاولون أن يجعلوا كل إدراك قائم على الحس هو إدراك في ذات الوقت للجمال، ولكن الواقع أن ليس كل إدراك حسي هو إدراك للجمال وإنما كل إدراك للجمال هو إدراك في ذات الوقت قائم على الحس.

أثر الحواس:

والحواس، والذوق والشم واللمس تتطور مع الزمن أو هي قابلة لذلك ولكن هذه الحواس الثلاث لا يمكنها أن تكون في خدمة الإنسان إذا كان الموضوع عقلياً مثل ما يمكن حاسة البصر والسمع، وذلك لأنها لا تثير الأفكار بالقدر الذي يمكن في الحالة الأخرى، ولذلك فمن الصعب على الإنسان أن يتذوق بها، مثلما يتذوق بحاستي السمع والبصر. ويعزو الفلاسفة هذه النتيجة أيضاً إلى أن الطبيعة لا يمكن تذوقها إلا إذا كانت مكانية، فكيف يمكن الاستفادة من حاستي الشم واللمس ضمن نطاق الحدود المكانية؟

والصحة النفسية والجسمية لها أثر كبير في الانفعال، الذي تحدثه الصوت والصورة في نفوس المستمعين والصوت، ذلك لأن جسم الإنسان يعتبر آلة فإذا حدث أي تغيير في هذه الآلة، فإن الأثر سوف يكون ولا ريب مختلفاً كما أن المزاج الشخصي يؤثر بلا شك على حكم المستمعين على المادة المذاعة وكما يؤثر على حكم النظارة بالنسبة إلى المادة المرئية ويضيف بعض الفلاسفة على ذلك أن العادة التي سار عليها الشخص في حياته تلعب دوراً كبيراً في التأثير على حكمه، كما أن صحة الشخص إذا كانت طيبة فإن تأثيرها يكون إيجابياً، إذ لا يمكن أن يطلب من شخص يعاني من المرض وخاصة إذا كان هذا المرض متصلاً بحولسه لا يمكن أن يطلب منه الشعور بالرضا بالنسبة إلى مادة فنية ويكون حكمه صائباً.

أثر الصفة المكانية في الجمال:

على أنه من العيوب التي ينسبها الفلاسفة إلى الصوت، أنه ليست له الصفة المكانية، التي تكلمنا عنها وعلى ذلك فإن الفلاسفة الطبيعيين، يرون أنه

ما دام لا يوجد للصوت الصفة المكانية فلا يمكن أن يكون جزءاً من العالم الخارجي ومع ذلك يمكن أن ينبع منه أثر مشابه لأثر المرئيات إلى حد أن شوبنهور الفيلسوف العالمي يقول أن الموسيقى تكرار لعالم الحواس بأسره وأنها طريقة للتعبير عن الإرادة.

وقد ذهب سانتيانا الفيلسوف العالمي، وهو من الفلاسفة الطبيعيين، ذهب إلى أنه يمكن التمييو بين الموضوعات المكانية والمقارنة بينها، ومقارنة بعضها ببعض، كما يمكن قياسها وذلك على العكس من الإحساسات اللامكانية التي يتعذر عادة قياسها.

إلا أن الأصوات يمكن قياسها أيضاً داخل حدودها، فلها مقامات كما أن أطوالها تسهل مقارنتها، وأكثر من ذلك فتوجد تراكيب محددة مميزة من هذه العناصر الحسية وهي في ذات الوقت تعتبر أشياء مكانية مثلها في ذلك مثل المناضد والمقاعد سواء بسواء. والأشياء المرئية ذاتها تعتبر أيضاً في نظر الفلسفة النقدية أمكانيات للأحساس فحسب. وإذا كان ذلك كذلك فإن قول شوبنهور الذي ذكرناه يعتبر في نظر النقاد رأياً سليماً.

وإذا كان في الإمكان أن يكون الصوت متنوعاً تنوعاً لا نهائياً فإن السمع كذلك، يمكن أن يكون ممتداً امتداد لا نهائياً فإذا كانت الأصوات تتكرر تكرراً منتظماً، أمكن اعتبارها أنغاماً، أما إذا فقدت عنصر الانتظام، فلا يمكن أن تكون أنغاماً، وإنما ضوضاء وتحدث الضيق في النفوس في حين تحدث الأصوات المنتظمة شعوراً بالرضا لما فيها من جاذبية لا يمكن تجاهلها.

والتمييز بين الأصوات التي من نفس المقام والحدة يكون بما تحدثه هذه الأصوات من موجات هوائية، والجلبة التي تحدثها الأصوات غير المنتظمة تؤذي النفوس، للاختلاط بين النغمات بحيث يصعب التمييز بينها.

رأي سانتيانا:

ويقول سانتيانا لما كنا نسمع النغم من الذبذبات التي تسير على وتيرة معنية، وذلك من فوضى الصوت، فمعنى هذا أن أدراك العنصر الفني وتقديره يقوم على التجريد بمعنى استبعاد كل النعاصر التي لا تسير على قانون واحد بسيط. وهذا المبدأ يطلق عليه اسم مبدأ النقاء. ولكن هل هذا هو المبدأ الوحيد الذي يمكن أن نسير عليه؟ فلو كان ذلك كذلك لكانت النغمة الصادرة من الشوكة الرنانة يمكن أن تكون من أبدع الأنغام. ومعنى ذلك أن هذه الأنغام حتى لو اتصفت بالانتظام لكنها تدعو إلى الملل. إذن فهل هناك مبدأ آخر؟ نعم لا بد أن يتوفر قدر كاف من التعبير والتنوع هذان العاملان، التعبير والتنوع، ضروريان لكي نحافظ على اهتمامنا فلا يجعلنا نحس بالملل عند سماعنا للون ما من ألوان الموسيقى.

وعلى ذلك فإن أي عازف لا يعزف للمستمعين قطعة موسيقية عامرة بالجاذبية لا يمكن اعتباره موسيقاراً، وإنما يمكن اعتباره عازفاً فقط مثل الكاتب الذي يكتب للقراء أحدى رواياته مهتماً في كتاباته بالتعبير فقط دون أن يراعي أن تكون هذه الرواية مثير للاهتمام بدرجة كافية فلا يمكن أن نعتبر هذا فناناً وإنما يمكن اعتباره مؤرخاً.

ومعنى ذلك أن هناك عنصرين هامين جداً لكل من يقوم بالكتابة أو العزف أو من يعهد إليع بأي عمل فني آخر هذان العنصران لازمان لمن يعهد إليه بالكتابة أو العزف أو غيره. العنصر الأول هو عنصر التعبير كما يسميه الفلاسفة وكما ذكرناه سلفاً والعنصر الآخر هو عنصر الإثارة للاهتمام فإذا تحقق أحد هذين العنصرين دون الآخر لا يعتبر الشخص الذي يعهد إليه أن يقوم بعمل ما في الكتابة أو العزف أو غيره لا يعتبر فنانا.

ويرى النقاد أنه ليس من السهل دائماً التمييز بين هذين العنصرين فإن من الكتاب أو العازفين أو الممثلين من يستطيع أن يوفر في أسماع المستمعين وأنظار النظارة دون أن يتنبه المستمعون أو النظارة في أثناء العرض إلى سر الجمال الذي يتوفر في المادة وإنما يحسون بما فيها من جمال، وقد نجد أن القطعة الفنية تتألف من عناصر حسية، ولكنها لا تبعث على الاستمتاع بها، وعلى سبيل المثال نقول أن الكلام يمكن ألا يكون منسقاً تنسيقاً موسيقياً، ولكن براعة الصياغة تثير في النفس شعور الرضا ويحس المستمع لها بالاستمتاع، رغم خلوه من الموسيقى اللفظية، ومعنى هذا أن الكمال يمكن أن يكون الموضوع الذي يتألف من عناصر تتوفر فيها الجمال وينسجم مع بعضها البعض بحيث يتألف من اتحادها الموضوع الفني.

القيم الجمالية للألوان وأثرها في الصورة:

وتلعب العين دوراً هائلاً في التمييز السريع بين الألوان المختلفة، وحاسة النظر هي التي تربط بين الأشخاص وما حولهم والمعروف أن ذبذبات الضوء أسرع من موجات الصوت، فمن الممكن بسهولة إدراك الكثير من المناظر العامة ذات الألوان المختلفة، بشكل متيسراً أكثر من الصوت، فالرعد يأتي متأخراً بعد البرق، والعين تتمتع بحاسة هائلة بالنسبة للأضواء المختلفة، بما فيها من ألوان، ويتقبل الذهن الانطباعات للأشياء المختلفة في يسر بمقدار ما تحدده طبيعة الأشياء ذاتها.

زلا ريب أن لحاسة البصر قوة أخرى هامة في التخيل، كما أنها ذات أهمية خاصة في الإدراك الحسي، حتى الذين يبحثون في علم الميتافيزيقا يتخيلون مضموناً لأفكارهم قد لا يكون خاضعاً للمشاهدة والتجربة، ولكن حينما يبين هؤلاء تصوراتهم بشيء ما فإنهم يبنون هذه التصورات من جملة من الأفكار.

والوعي يتم في يسر عن طريق الوسائل البصرية، وبالإستعانة بحساسية البصر وفي حدود البصر، ولذلك يقول بعض الفلاسفة أن المصدر الأساسي للجمال هو البصر، لأن الإنسان يتصور أغلب الأحيان الأشكال التي تكون في ذهنه مرادفة للجمال، وللألوان أثر كبير، لأن تأثير الأشكال لا يتركه اللون هو تأثير متصل بالحس غالباً ولذلك فإنه يمكن أن تعتبر أن تأثير اللون تأثير حسي ولا يختلف عن تأثير أية حاسة من الحواس.

وتختلف قيم الألوان اختلافاً كبيراً، فليس للون معين تأثير اللون الآخر، مثبها في ذلك مثل القيمة المختلفة للإحساسات الأخرى، ومثلها كمثل الأنغام العالية والمنخفضة، وذلك بسبب اختلاف الإثارة التي تسببها للحواس فإثارة اللون الأبيض يختلف عن إثارة اللون الأسود إثارة الاون الأصفر تختلف عن اللون الأخضر وهكذا، ولكل من هذه الألوان عملية عصبية خاصة بها، ولذلك فإن لكل منها تأثير خاص ومقدار خاص من الإثارة، ولذلك فإن للألوان صلة بالصفة العاطفية، وإذا كان بين الأنغام ما هو نشاز فإن هذا النشاز موجوداً أيضاً بالنسبة للألوان. ويذكر النقاد أنه لا يوجد فن يعالج الألوان بنفس الطريقة التي تعالج بها الموضوعات الأخرى الفنية.

وقد درج القانون على استخدام الألوان بطريقة تأثيريه قوية، وذلك لعلمهم ما تتركه الألوان من آثار نفسية. ولذلك يلاحظ في المساجد والكنائس والأماكن الذين بها الآثار استخداماً للألوان بطريقة تقوي الانفعال لدى الأشخاص الذين تقع أنظارهم عليها. وفي الكنائس خاصة إذا كان موضوع الرسم يتناول شيئاً مثالياً فإن الرسام يحاول أن يستخدم الألوان استخداماً خاصاً يقرب مفهوم المثالية في الأّذهان.

ويخطيء البعض حين يظنون أن الأشكال المختلفة العامرة بالجمال، يكون

جمالها نتيجة للعناصر المختلفة التي تتألف منها ذلك لأن الخطوط يمكن أن تؤلف شكلا يتسم بالجمال وهذه الخطوط ذاتها يمكن أن تؤلف شكلا يبعد كل البعد عن الجمال الفني، أن لم يكن يتسم بالقبح. ومعنى هذا أن العناصر التي يتالف منها الشكل ليست هي السبب في جماله أو قبحه. وبطبيعة الحال يختلف التأثير النفسي لكل حالة عن الأخرى.

ويفسر البعض التعبير على أن ما يقوم به الموضوع من إيحاء بموضوع آخر بحيث يمكن تحديده ويستعير منه الموضوع المعبر الأهمية أو الطرافة.

ويقول بعض علماء النفس أن حركة العين هي التي تقود كل انطباع للموضوع إلى المكان الذي تتركز فيه الحساسية بشكل واضح. ونتيجة لذلك كما يقول هؤلاء_ فكل أستنارة محسوسة لأية نقطة لا تكون بالقرب من المكان الذي تتركز فيه الحساسية ينتج عنها بعض الإحساسات العضلية. والعين في حركتها تحاول دائماً تقريب المرئي من المكان المذكور.

ولا يكون ذلك في غيبة الذهن لأن كل نقطة على سطح الشبكية تستقبل شعاعاً من الضوء يشعر الذهن بالإيحاء بالحركة وبالخطوط الممتدة من النقطة المشار إليها إلى مركز الرؤية.

ومعنى هذا أن كل نقطة تتواجد في أي جسم مرئي تتواجد كذلك في مجال ما وتتجمع حولها أشعاعات يحسها الرائي لخطوط من الحركة الممكنة حولها. وهذا كما يقول الفلاسفة هو مصدر تصورنا المكاني للمرئيات فالإحساس بوضع أي نقطة يتألف من توترات تحدث في العين ولا تدفع العين هذه النقطة إلى مركز الرؤية فقط وإنما تحس بالإيحاء بجميع النقط الأخرى المتصلة بهذه النقطة. وعلى ذلك فالإدراك الطبيعي للمكان ينطوي على إثارات مختلفة.

نظرية الإدراك لجمال الصوت والصورة:

هناك بعض الناس يعتقدون خطأ أن الغير يمكن أن يروا مواضع الجمال التي نراها وذلك للاعتقاد بأن مواضع الجمال هذه توضع في الموضوع نفسه كالنسبة والحجم واللون الشكل.. الخ.

وهذا الإعتقاد على أساس أن هناك إدراكاً لوجود خارجي وأن هذا الوجود الخارجي عامر بالكمال الحقيقي. وهذه الفكرة خاطئة كما أشرنا لأنه يمكن أن نتصور الأشياء وقد أصبح لها وجود مستقل عن النظارة تؤثر في حواسهم بشكل يمكن معه الإدراك.

وعلى ذلك يمكن أن يقال أن الإدراك نفسه يتضمن الجمال أو بمعنى آخر أن الجمال يوجد في الإدراك ولا وجود له في مكان آخر.

ويمكن على ضوء النظريات الحديثة للإدراك الحسي معرفة أنه لا يمكن أن يتحول عنصر موجود في الأحساس إلى صفة في الشيء ويفسر قيام الرائي برؤية المرئي بأن الموضوعات الخارجية تؤثر عادة في الحواس المختلفة في نفس الوقت، فتنشأ رابطة تربط الإحساسات المختلفة ونتيجة لذلك تظهر محاولة ذات شقين تحاول مزج الذكريات المختلفة التي كان لها في الوجود الخارجي سبب مماثل وتوجد هذه الذكريات في شيء مدرك واحد يرتبط باسم من الأسماء ولكن هذا المدرك يختلف عن المحاولات التي نتج عنها.

وعلى ذلك يمكن القول أن الإحساسات والانطباعات والذكريات هي التي تكون في البداية وهي التي تترابط فيما بينها وتتمثل في المخيلة فتكون الموضوعات التي تتصورها يمكن تحديدها على هذا الأساس. وهكذا يبدو الأحساس الذي يتولد في النظارة كما لو كان هذا صفة في الشيء ذاته. وأن

الإدراكات المختلفة تكون نتيجة لتأثير الصفات المختلفة في نفوس النظارة.

ولهذا يقسم الفلاسفة الموضوع إلى مادة وشكل وتعبير.

وهكذا نجد أن الجمال الذي نحس به يتعذر وصفه إلا إذا عدنا إلى الذاكرة والتجربة لندرك كيف أن إحساساً ما يختلف عن أحساس آخر باختلاف الشيء وطبقاً لما للشيء من إرتباطات ذهينة في الماضي. وإن الإحساس يعتبر حركة عاطفية أو هزة انفعالية ترتبط بالموضوع دون إدراك السبب ودون تساؤل عن السبب.

ويقول البعض إذ كان من الإمكان وصف ما هو واقع، فإن سر وجود الواقع لا زال أمر غير متفق عليه بين الفلاسفة وأن الرضا يرجع إلى الأنسجام بين الطبيعة والتجربة في الحياة وأن العين لسرعة حركتها تبدو للناس وكأنها أكثر تقبلاً للتعلم في الحياة من العقل والقلب.

الباب الثامن

سيكولوجية الفن

الفن هو النافذة التي يلوذ بها الإنسان إذا اصطدم بالواقع، فإن حياة الإنسان في القرن العشرين أصبحت، إلى مدى بعيد، حياة آلية كثيراً ما يصطدم فيها الإنسان بالواقع المادي، وكما أدرك الإنسان ذلك فإن الفنان أدرك أيضاً هذا التطور الواقعي ولكنه ما زال يحاول أن يخفف عن الإنسان واقعه بما يقدمه من ألوان الفنون المتباينة الخلق.

الكلاسيكية والرومانتيكية في الفن منذ القدم:

ومنذ القديم والفنانون يحاولون هذه المحاولة للتخفيف عن النفس البشرية آلامها وواقعها، وقد نبع في ذلك كثير من الفنانين الذين قرنت أسماؤهم بالكلاسيكية الفنية. على أن الكلاسيكية ذاتها لم تكن واضحة المعالم فأستعملت كلمة **Classicism** في أكثر من مناسبة وتعددت معانيها، ولم يكن لها مدلول واحد فأطلقت على فن المؤلفين في المرتبة الأولى كما أطلقت على عدد من الكتاب والفنانين الذين ذاعت شهرتهم في الآفاق، كما أستعملت الكاملة في نهاية القرن الثامن عشر للتمييز بينها وبين الرومانتيكية، وكانت الرومانتيكية في رأي كثير من الأعلام أفل من الكلاسيكية بل وأكثر من ذلك فإن بعض المشاهير من أعالم المفكرين الألمان استعملوا كلمة الرومانتيكية للتدليل على كل فن سليم أولا يرقي إلى مرتبة الفن الرفيع وكان من هؤلاء الشاعر الألماني الكبير جوته.

على أن التفرقة بين الفنانين على أساس فنهم الكلاسيكي أو الرومانتيكي لم تكن لتحجب عن الذهن ما يتميز به الفن الكلاسيكي أو الفن الذي يرقى إلى المرتبة الأولى من عمق في الإدراك حتى أن الكثيرين من الفنانين كانت أمانيهم تحاول أن ترقى دائماً إلى المرتبة التي يطلق على فنهم فيها النقاد أنه من الفن الكلاسيكي.

وعلى الرغم من أن الفن يعتمد اعتماداً يوشك أن يكون كلياً على الإحساس، فإن الفن الكلاسيكي كان يعتمد إلى درجة كبيرة على العقل، وقد قال بعض الباحثين أن الفن الكلاسيكي هو الذي يلي نداء العقل لا الإحساس وأشهر الفنانين العالميين الذي كانوا يرون مثل هذا الرأي الفنان يوسان الذي كان ينادي بضرورة الاحتكام إلى العقل في الفن التصويري.

ولقد كان من نتيجة هذا الاتجاه في الفن أن بعض النقاد والمؤرخين في فرنسا أطلقو على كل من القرنين السابع عشر والثامن عشر اسم عصر العقل **Age of reason**.

ولقد كان من نتيجة هذا الاتجاه الجديد في الفن أيضاً أن ظهر معارضون من كبار الكتاب والفنانين ومن هؤلاء فولتير الذي كان يرى أن الفن يعتمد على الإحساس لا المنطق الجاف وكثير غيره من المفكرين والفنانين عارضوا هذا المذهب أيضاً حتى أنهم تهكموا عليه في مسرحياتهم ومؤلفاتهم وقال بعض الفلاسفة الطبيعيين أن الفن الكلاسيكي الذي اعتمد على العقل لم يستطع أن يلغي المشاعر والإنفعالات.

وقد حاول بعض النقاد أن يتفهموا الروح الكلاسيكية على أساس أن الفنانين الكلاسيك لم ينكروا_ الناحية الشخصية الذاتية ولم ينكروا اللون المحلي الخاص للفن وإنما كان اهتمامهم يزداد بالناحية العامة دون الخاصة.

وقد كان نتيجة الاتجاه الكلاسيكي في الفن واهتمام الفنانين بأن يطلق على فنهم لفظة فن كلاسيكي، كان من نتيجة ذلك أن امتنع هؤلاء الفنانون عن سرد مغامراتهم والتعبير عن حياتهم الشخصية في فنهم لأن الكلاسيكية تتجه إلى الفن من الناحية العامة لا الذاتية، واعتقد الكثيرون من أرباب الفن الكلاسيكي أن الاتجاه العام في الفن يخلدهم على مر الزمن أكثر من الفن الذي يعتمد على حياتهم الشخصية وذاتيتهم، وهكذا كانوا يرون أن الكلاسيكية تسعى إلى الخلود والشهرة العالمية والمجد.

وعلى الرغم من أن كثيرا من الفنانين الكلاسيكيين يعتمدون على فنهم في الوصول إلى طريق المجد والشهر، إلا أنهم وجدوا لأنهم يمكنهم بلوغ أهدافهم دون الاهتمام بالناحية السيكولوجية، ومعرفة حقيقة النفس البشرية في مجموعها، وقد أثرت الناحية السيكولوجية الخاصة في فنهم رغم ما كانوا يتجهون إليه في حياتهم العامة من نزعة إلى كشف جوهر النفس البشرية العامة.

والفنانون الكلاسيكيون رغم أنهم جاهزوا في مناسبات عديدة بأنهم يولون عنايتهم بالأخلاق والمثل وأن غايتهم في فنهم هو الكمال وتنشئة الجبل على أساس خلقي متين إلا أن هذا الإدعاء لم يتضح دائماً في اتجاهاتهم الفنية ذلك لأن روعة الجمال قد استولت على اتجاهاتهم الفنية فحاولوا أن يغتنموا كل مناسبة للتعبير، ليخلقوا فناً جميلاً قبل أن يكون فناً أخلاقياً، يعتمد لى المثل، ولذا غلبت على إنتاجهم الناجمة الخيالية التي يمكن لكل ناقد أن يحسها في كل لون من ألوان الفنون الكلاسيكية.

ظهور الفردية في الفن المعاصر

وإذا كان هذا هو حال الكلاسيكية فإن التطور قد أصاب الفنون في العصر الحاضر فأصبح ينزع إلى التحرر والذاتية، فسارت إلى جانب الديمقراطية

السياسية في العصر الحديث النزعة التحريرية الفنية، ولا ريب أن الأزمات السياسيى في كثير من الدول كان لها أثر كبير على معالم الحياة العامة في الدول ومنها الحياة الفنية.

ولقد ظهرت الاتجاهات الجديدة في الفن كما ظهرت اتجاهات جديدة أيضاً في كثير من العلوم الأخرى وخاصة الفلسفة ولا ريب أن الفلسفة الوجودية في العصر الحاضر، كانت نتيجة من نتائج التفكير الفلسفي عقب الحروب العالمية التي جعلت للقيم المختلفة مفهوماً قد يختلف في كثير من الأحيان عن مفهومه قبل قيام هذه الحروب التي بدلت معالم الحضارة الإنسانية.

على أنه إذا كانت للحربين العالميتين الأولى والثانية سوءات كثيرة فإنها قد سخرت الأفكار لإيجاد مخترعات جديدة، وكان من نتيجة هذه المخترعات أن وجد الفن المعاصر وسائل مختلفة للتعبير، والأتقان الفني، الذي كان يهدف إليه الفن من زمن بعيد.

على أنه رغم هذا التقدم الهائل الذي أصاب الفن فإن سيكولوجية الفن كدراسة قد وجدت من السمتحيل تشريح الحياة الفنية، وذلك لأنه لا توجد حدود فاصلة وقواعد ثابتة للفن، فإن التعبير الخارجي هو الذي يجعلنا نتعرف على المشاعر، والانفعالات المختلفة وتوحي بالظروف المختلفة لها.

وقد كان للإتجاهات الفنية الجديدة بعد الحربين العالميتين آثار عديدة، على نظرات النقاد لعصور الفنون المختلفة، حتى أن بعض النقاد المحدثين قد خالفوا النقاد الذين سبقوهم في تقييم الفن في عصوره المختلفة، وتناول هذا الخلاف في الرأي ناحية النضوج خاصة فما هو الفن الناضج أهو الفن اليوناني الكلاسيكي حقا كما قال القدماء؟ ونشأت محاورات وولدت آراء جديدة، لم تمتف بالنظر إلى الموضوعات المختلفة نظرة عابرة عامرة بالإيمان القديم، وإنما وجدت مذاهب

جديدة كانت تحاول الوصول إلى الأعمال وإلى الجوهر، وتعرف الحقائق لم يكن أمراً يسيراً، بل كان يستلزم دراسة وافية فاحصة تعتمد على الأساليب الاستقرائية.

وقد يتبادر إلى الأذهان سؤال عن الصورة الحقيقية للفن المعاصر وهل أصبح الفن ذا صورة واضحة متكاملة في العصر الحاضر؟ والواقع أن الفن المعاصر ذو جوانب متعددة ومع ذلك فإن هذه الجوانب تؤلف وحدة فيما بينها وهي الوحدة التي لا يطلق عليها اسم مدرسة بعينها أو أسلوب بعينه أو لون واحد من ألوان الفن الموضوعية، وإن صح أن تسند إلى هذه الوحدة صفة واحدة فإنها الذاتية، حتى أصبح الفنان في العصر الحديث لا يقيم وزناً لما أثر عن الفن القديم من معالم، وإنما يحاول أن يستخلص فنه من ذاتيته، وقد أصبح علم الجمال في العصر الحديث علماً له ذاتيته أيضاً، لا يخضع لمذهب معين وإنما يختار لنفسه أصوله وقواعده دون التأثر بفلسفة موروثة.

على أن هذا الاتجاه في علم الجمال في العصر الحديث يوشك أن يوحي إلينا بفلسفة جديدة سوف تؤثر على الجيل الفني، وسوف تطبع العقول بإدراك جديد يخالف الإدراك القديم، على أن العصر الحديث بفنونه المختلفة يتميز أيضاً مختلف لكل لون من ألوان الفنون فليس التطور الذي يصيب اللون الفني يماثل غيره وإنما يختلف عنه ولكنه قد يتجاوب معه، فهناك روح تأثيرية تنتشر بيم ألوان الفنون المختلفة في العصر الحديث، ولكن يندر أن يتطور فن من الفنون بنفس الدرجة التي يتطور بها الفن الآخر.

وقد لمس المؤرخون أن هناك بعض الأحداث تسيطر على طائفة من الفنانين في ألوان الفنون المختلفة، وليس أدل على ذلك من الأحداث التي كانت ترويها الأساطير اليونانية والأحداث التاريخية القديمة، فلم يكد يخلو فن

من الفنون من التأثر بهذه الأساطير والأحداث ويروي المؤرخون ذلك عن الفن التأثيري في القديم وكيف أن مؤلف الموسيقي ومؤلف القصيدة ومؤلف الأوبرا جميعاً تأثروا بالأساطير المروية، وأثر الفنانون بدورهم في بعضهم البعض. وقد سار الحال هكذا حتى ظهرت بوضوح التأثيرات الفنية في القرن التاسع عشر، تأثيرات مشتركة بين فنون مختلفة قد يظن القاريء أن لا صلة بينها، مثل التصوير والموسيقى والتأثير المشترك في الفن الكلاسيكي كان يقوم على أساس وحدة الحدث ووحدة الزمان ووحدة المكان.

ويقول النقاد أن الصورة الكلاسيكية يتعادل فيها التعبير والإيحاء بينما الصورة الرومانتيكية توحي إلى النفس أكثر مما تعبر عنه.

الحركات النفسية وأثرها على الفن:

والنفس دائبة التحرك ومن مظاهر الحركات النفسية التفكير العقلي والنشاط الذهني والانفعالات، ولكن هذه الحركات النفسية ليست دائماً حركات شعورية لأن الجهاز اللاشعوريي عند الناس دائب الحركة أيضاً، وإذا كان الحال كذلك، وكان الفنان إنساناً، فإنه يتميز عن غيره بالسجايا والميزات التي تكسبه شخصيته، فلا شك أن له ملكاته الخاصة كالهقل والذكاء والرغبة والتخيل وغير ذلك من الوجدان، ولكن يوجد إلى جانب ذلك ملكات باطنة، قوامها النزعات والميول الفنية والاستعدادات الفطرية والعقدة الكامنة في اللشعور، وأحياناً يتميز الفنان بملكة تفكير لا شعوري يستدل عليها في ظروف مخاصة، وتكون أوفى حظاً ونجاحاً من التفكير الشعوري.

على أنه كثيراً ما يكون التفكير اللاشعوري مدعاة لإظهار الرغبات المكبوتة في القطع الفنية التي ينتجها الفنان مما يدل على أن المؤثرات المعنوية والانفعالات النفسي كثيراً ما تكون وراء الفن أكثر من المؤثرات المادية.

وعلى ذلك فقد اتجه علم النفس الحديث إلى دراسة اللاشعور خاصة، لا تقف هذه الدراسة عند الملكات العقلية الظاهرة كما كان الحال في الأسلوب الدراسي في القرن التاسع عشر وإنما تقوم هذه الدراسة على تحليل الملكات اللاشعورية.

ولقد تقدم علم النفس الحديث تقدماً هائلاً في مجال البحوث النفسية عامة وأصبحت الدراسة النفسية من الدراسات التي تسير في كثير من الدول الكبرى إلى جانب الدراسات التشريحية للجسم البشري، إلا أن الدراسة النفسية كثيراً ما تكون أشق من غيرها من الدراسات الطبية لأنها تستلزم معرفة الجسم البشري ومعرفة العناصر التي يتألف منها الجهاز النفسي ومعرفة أعماق اللاشعور والغرائز والمواهب والملكات، الفطري منها والمكتسب، وعلم الفسيولوجي إلى جانب دراسة الأمراض النفسية والجراحات النفسية إلى غير ذلك، وكلها من العلوم المعقدة التي استكشفت ودرست دراسة منظمة في مل من الدول الكبرى حديثاً في غضون القرن العشرين ولا ريب أن الفنان موضوع لهذه الدراسات أيضاً وخاصة فيما يتعلق بالربط بين الجهاز النفسي والإنتاج الفني.

نظرية فرويد:

ولقد أطل فرويد على العالم بنظريته الجديدة في الذكريات، فقال أن الذكريات تخضع لنوع من القوى النفسية تعمل على كبتها، وأن الذات الشعورية تجعل من نفسها رقيباً، وهذه الثوى النفسية تحاول دائماً أن ترجع الذكريات المكبوتة إلى أعماق اللاشعور، كلما حاولت الزهور في الشعور، وأن هذه النظرية الجديدة للعلامة الكبير فريد قد أفادت كثيراً من النقاد الفنيين الذين حاولوا أن يربطوا بين الحدث والإنتاج أو بين الجهاز النفسي للفنان وإنتاجه.

الموضوعات الخارجية تؤثر في حواس الإنسان المختلفة في وقت واحد وينتج عن ذلم ترابط بين الإحساسات التي تصدر عنها، والتجارب التي صادفت

الإنسان في حياته، تترابط في حالة وجود وجه من أوجه الشبه بينها وينتج ذلك أمتزج لمجموعة الذكريات من أصل واحد في العالم الخارجي، ولكن الشيء الذي يدركه الإنسان حينئذ يختلف عن التجارب المختلفة في ذاتها، وأن كان إدراكه نتيجة لترابطها وإتخاذ جزيئاتها.

وعلى ذلك فإن الموضوعات التي نتصورها ونميز بينها وبين مفهوماتنا عنها، تكون في باديء الأنر عبارة عن عدد من الذكريات والإحساسات ثم تترابط فيما بينها لتؤلف وحدة وكثيراً ما تكون هذه الوحدة من عمل المخيلة، ولذلك فإن الإحساسات التي تولدها لدينا الأشياء الخارجية، إنما نعتبرها كما لو كانت صفات توجد في هذه الأشياء، ونعتبر إدراكنا الذي اكتسبناه نتيجة لتأثير هذه الصفات.

المراجع

1. AllardiceNicol, "The Theory of Drama".
2. Clark M. Agnew&Neil O'Brien, "Television Advertising".
3. Cecil Beaton, "Photo biography".
4. Erik Barnow, "Mass Communication".

٥. أدب المقالة الصحفية في مصر_ دكتور عبد اللطيف حمزة

6. Kenneth Bally, "The Television annual for 1961".
7. Laurence Campell&PollandWalseleby, "Newsmen at work".
8. Richard Hubbel, "Television Programming and Production".
9. Robert W. Desmond, "The Press& the World".
10. Siebert, "Four Theories of The Press'.
11. Stewart Hurial, Patterns of Publicity Company".
12. Swinson, "Writing for Television".
13. U.N. Booklet, "La FonctionProfessionelle de
14. Walter Hagemann, "Publizistikin drittem Reich".
15. Wickham Steed, "Journalism".
16. William Albig, "Public Opinion".

الفهرس